



PENGEMBANGAN PARIWISATA KOTA BANJARMASIN MENGGUNAKAN ASPEK-ASPEK DESTINASI WISATA

SKRIPSI

PERENCANAAN WILAYAH DAN KOTA

Ditujukan untuk memenuhi sebagian persyaratan
Memperoleh gelar Sarjana Teknik



RANDY HAFIZH AZIZ
NIM. 115060600111041

UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS TEKNIK
MALANG

2018

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGEMBANGAN PARIWISATA KOTA BANJARMASIN
MENGUNAKAN ASPEK-ASPEK DESTINASI WISATA**

**SKRIPSI
PERENCANAAN WILAYAH DAN KOTA**

Ditujukan untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Teknik



**RANDY HAFIZH AZIZ
NIM. 115060600111041**

Skripsi ini telah direvisi dan disetujui oleh dosen pembimbing
pada Tanggal 17 Juli 2018

Dosen Pembimbing I

a/m

Dr. Ir. Agus Dwi Wicaksono, Lic.rer.reg.
NIP. 196008121987011001

Dosen Pembimbing II

Aris Subagivo, ST., MT.
NIP. 198104042012121005

**Mengetahui,
Ketua Jurusan Teknik Perencanaan Wilayah dan Kota**



Dr. Ir. Abdul Wahid Hasvim, MSP.
NIP. 196512181994121001

**IDENTITAS TIM PENGUJI SKRIPSI****JUDUL SKRIPSI:**

Pengembangan Pariwisata Kota Banjarmasin Menggunakan Aspek-Aspek Destinasi Wisata

Nama Mahasiswa : Randy Hafizh Aziz

NIM : 115060600111041

Program Studi : Perencanaan Wilayah dan Kota

KOMISI PEMBIMBING:

Ketua : Dr. Ir. Agus Dwi Wicaksono, Lic.rer.reg

Anggota : Aris Subagiyo, ST., MT.

TIM DOSEN PENGUJI:

Dosen Penguji 1 : Dr. Tech. Christia Meidiana, ST., M.Eng.

Dosen Penguji 2 : Dian Dinanti, ST., MT.

Tanggal Ujian : 9 Juli 2018

SK Penguji : 1421/UN10.F07/SK/2018

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya dan berdasarkan hasil penelusuran berbagai karya ilmiah, gagasan, dan masalah ilmiah yang diteliti dan diulas di dalam Naskah Skripsi/Tugas Akhir ini adalah asli dari pemikiran saya. Tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi/Tugas Akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Skripsi/Tugas Akhir dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Malang, 17 Juli 2018

Mahasiswa,

METERAI
TEMPEL

6000

6000
ENAM RIBU RUPIAH

Randy hafizh Aziz

NIM. 115060600111041

Tembusan:

1. Kepala Laboratorium Skripsi/Tugas Akhir Jurusan Perencanaan Wilayah dan Kota
2. Dua (2) Dosen Pembimbing Skripsi/Tugas Akhir yang bersangkutan
3. Dosen Pembimbing Akademik yang bersangkutan



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul **“Pengembangan Pariwisata Kota Banjarmasin Menggunakan Aspek-Aspek Destinasi Wisata”**. Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini dapat terselesaikan berkat bantuan, bimbingan, dan toleransi dari berbagai pihak, untuk itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar besarnya kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, yaitu Babah Ir. Rahmadie Atoetie dan Mama Ir. Windy Rossary serta seluruh keluarga yang telah memberi do'a dan dukungan yang terus menerus dalam proses perkuliahan dan penyelesaian Tugas Akhir ini.
2. Bapak Dr. Ir. Agus Dwi Wicaksono, Lic.rer.reg. dan Bapak Aris Subagiyo, ST., MT, selaku dosen pembimbing yang telah bersedia memberikan pengarahan dan bimbingan serta memberikan pelajaran hidup yang berharga.
3. Ibu Dr. Tech. Christia Meidiana, ST., M.Eng. dan Ibu Dian Dinanti, ST., MT, selaku dosen penguji yang telah bersedia memberikan kritik, saran, dan kesempatan untuk penyempurnaan Tugas Akhir ini.
4. Ibu Nindya Sari, ST., MT, selaku dosen pengampu Tugas Akhir yang sudah memperjuangkan dan memberikan kesempatan kepada penulis untuk dapat mengikuti proses penyelesaian Tugas Akhir ini.
5. Dosen-dosen serta staf dan karyawan pengajar Jurusan Perencanaan Wilayah dan Kota, terima kasih atas segala ilmu dan pengalaman yang telah diberikan.
6. Teman-teman “History Maker” PWK FT-UB 2011 dan “Mojolangu Family” yang telah memberikan bantuan yang sangat luar biasa dalam proses perkuliahan dan organisasi.
7. Terimakasih kepada Punjung, Pak Eko, Miko, Dadang, Owik, Wima, Ucun, Vinta, Istiq, dan Kawan-kawan Banjar yang telah berkontribusi membantu penulis menyelesaikan Tugas Akhir ini serta Sofhia Dwi Febriani yang selalu menemani penulis, memberikan motivasi, dukungan dan bantuannya selama ini.
8. Semua pihak baik secara langsung maupun tidak langsung yang mendukung terselesaikannya Tugas Akhir ini.

Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran dari berbagai pihak demi terciptanya penelitian yang lebih baik di masa mendatang. Semoga Tugas Akhir ini bermanfaat bagi banyak pihak.

Malang, Juli 2018

Penulis



RINGKASAN

RANDY HAFIZH AZIZ, Jurusan Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik, Universitas Brawijaya, Juli 2018, *Pengembangan Pariwisata Kota Banjarmasin Menggunakan Aspek-Aspek Destinasi Wisata*, Dosen Pembimbing: Dr. Ir. Agus Dwi Wicaksono, Lic.rer.reg. dan Aris Subagiyo, ST., MT.

Kota Banjarmasin merupakan salah satu kota yang berpotensi menjadi destinasi wisata perkotaan di Indonesia. Di dalam RTRW Kota Banjarmasin Tahun 2013-2032 dijelaskan bahwa tujuan dari penataan ruang wilayah di Kota Banjarmasin adalah untuk mendukung kegiatan pariwisata dengan cara penetapan kawasan wisata dan penyediaan fasilitas kebutuhan wisatawan. Meningkatnya jumlah akomodasi dan obyek daya tarik wisata di Kota Banjarmasin, berbanding terbalik dengan jumlah wisatawan yang mengalami tren penurunan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seperti apa pengembangan pariwisata Kota Banjarmasin menggunakan aspek-aspek destinasi wisata Kota Banjarmasin yaitu daya tarik, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, fasilitas umum, dan masyarakat yang perlu dikembangkan maupun diperbaiki. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Boston Consulting Group* (BCG) untuk mengetahui permintaan dan penawaran wisata yang diukur melalui persepsi wisatawan.

Berdasarkan hasil BCG didapatkan permintaan wisatawan yang tinggi namun penawaran wisata yang rendah yang berarti masuk dalam kategori *Cash Cows*. Untuk menuju kategori terbaik yaitu *Stars* perlu dilakukannya pengembangan dan peningkatan terhadap aspek yang dinilai memiliki penawaran yang rendah pada tiap variabelnya, yaitu pengembangan daya tarik sesuatu yang dapat dibeli wisatawan (*something to buy*), pengembangan fasilitas pariwisata dan aksesibilitas, peningkatan jaringan telekomunikasi, dan pemberdayaan masyarakat.

Kata Kunci: Pengembangan-pariwisata, destinasi-wisata, *Boston-Consulting-Group*



SUMMARY

RANDY HAFIZH AZIZ, Department of Urban and Regional Planning, Faculty of Engineering, University of Brawijaya, January 2018, *The Development of Banjarmasin City Tourism Using The Aspects of Tourist Destinations*. Academic supervisor: Dr. Ir. Agus Dwi Wicaksono, Lic.rer.reg. and Aris Subagiyo, ST., MT.

Banjarmasin City is the one that could potentially become the urban tourist destinations in Indonesia. In RTRW of Banjarmasin City years 2013-2032 explained that the purpose of the spatial locality in the city is to support tourism activities with setting of the tourist area and provision of the facilities needs of travelers. The growing number of accomodations and tourist attraction in the city of Banjarmasin, inversely propotional to the number of tourists who have experienced a decline in trend.

This research aims to know what kind of The Banjarmasin City tourist development using aspects of tourist destination, namely attractions, tourism facilities, accessibility, public facilities, and communities that need to be developed or improved. The methods used in this research is the Boston Consulting Group (BCG) to know the tourism demand and supply by measured through tourists.

Based on the results of BCG obtained the tourists demand is high but the tourism supply is low which is means it belongs to the Cash Cows category. To go to the best category the Stars need to do development and improvement of aspects that are considered to have a low supply on each variable, that is the development of something tourist can buy, the development of tourism facilities and accessibility, improvement telecommunication networks, and community empowerment.

Keywords: *Tourism-development, tourist-destination, Boston-Consulting-Group*

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut *World Tourism Organization*, pariwisata adalah kegiatan orang yang bepergian dan tinggal di tempat-tempat di luar lingkungan mereka selama tidak lebih dari satu tahun berturut-turut untuk bersantai, bisnis dan keperluan lainnya. Pariwisata merupakan suatu aktivitas yang mempunyai peran dan pengaruh besar terhadap kehidupan manusia, dikarenakan pariwisata adalah suatu aktivitas yang kompleks, yang dapat dipandang sebagai suatu sistem yang besar yang mempunyai berbagai komponen seperti ekonomi, ekologi, politik, sosial, budaya dan seterusnya (Pitana dan Diarta, 2009). Berdasarkan Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, Pariwisata merupakan kumpulan berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Melalui perkembangan pariwisata dapat memacu perkembangan wilayah diikuti dengan meningkatnya sarana prasarana pendukung pariwisata tersebut (Rudita dkk, 2012).

Di dalam melakukan kegiatan pariwisata tentu saja ada sebuah daerah tujuan untuk berwisata yang dapat disebut sebagai destinasi pariwisata. Destinasi pariwisata menurut Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan. Seperti yang dikemukakan oleh Arjana (2016), destinasi wisata adalah daerah yang memiliki obyek-obyek wisata yang menarik untuk dikunjungi oleh wisatawan lokal atau domestik dan yang berasal dari berbagai negara (mancanegara) dan tersedianya fasilitas penunjang transportasi dan akomodasi.

Salah satu yang dapat dijadikan destinasi pariwisata adalah perkotaan. Pariwisata kota (*urban tourism*) merupakan suatu bentuk pengembangan pariwisata dengan lokal wisata berada di dalam area kota, elemen-elemen kota, bahkan kota itu sendiri menjadi komoditas utama pariwisata (Tondobala, 2012). Kota yang dapat dijadikan contoh destinasi pariwisata adalah Kota Banjarmasin. Kota ini terhampar di dataran yang rendah dan berada di bawah permukaan air laut, sehingga sering dijuluki sebagai “Kota Air” atau “Kota Seribu Sungai”. Sebutan “Kota Seribu Sungai” merupakan gambaran atau refleksi dari banyaknya sungai yang terhampar di wilayah administratif Kota Banjarmasin. Sungai



dan kanal mempunyai peranan yang sangat besar terhadap perkembangan peradaban dan budaya bagi masyarakat Kota Banjarmasin, yaitu sebagai elemen utama awal terbentuknya struktur Kota Sungai Banjarmasin (Kalimantan View, 2014).

Di dalam RTRW Kota Banjarmasin Tahun 2013-2032 dijelaskan bahwa tujuan dari penataan ruang wilayah di Kota Banjarmasin adalah untuk mendukung kegiatan pariwisata dengan cara penetapan kawasan wisata dan penyediaan fasilitas kebutuhan wisatawan. Hasil dari penelitian Kajian Perkembangan Industri Kerakyatan yang dilakukan oleh Lembaga Penelitian Universitas Lambung Mangkurat pada tahun 2012, menunjukkan bahwa wisata Pasar Terapung (pasar di atas sungai, salah satu wisata terkenal di Kota Banjarmasin) merupakan daya tarik obyek wisata yang potensial untuk dikembangkan dengan dimensi-dimensinya, yaitu obyek-obyek wisata pendukung lainnya.

Kontribusi pariwisata di Kota Banjarmasin selama ini sudah cukup baik dengan adanya pembangunan fasilitas perkotaan maupun kepariwisataan yang semakin ditingkatkan dan diperbaharui, terutama dalam penataan wajah sungai atau sempadan sungai sebagai daya tarik dari Kota Banjarmasin. Selain itu jumlah akomodasi dan obyek wisata di Kota Banjarmasin dari tahun ke tahun terus meningkat. Akomodasi meningkat 6% dan obyek wisata kota meningkat 37% dari tahun 2012 hingga 2016 (Kota Banjarmasin Dalam Angka, 2013-2017). Akan tetapi dilihat dari tren jumlah wisatawan yang berkunjung telah terjadi penurunan di tahun 2013-2016, dari tahun 2013 yang berjumlah 362.654 jiwa menjadi 308.398 jiwa di tahun 2014. Pada tahun 2015 berjumlah 319.458 jiwa yang berarti telah terjadi peningkatan kembali namun di tahun 2016 jumlah wisatawan menurun signifikan menjadi 226.276 jiwa (Statistik Daerah Kota Banjarmasin, 2016 dan KDA, 2017).

Penurunan jumlah wisatawan tersebut salah satunya dapat disebabkan oleh pengembangan pariwisata yang belum tepat sasaran ataupun belum optimal. Pengembangan jumlah akomodasi dan obyek daya tarik wisata di Kota Banjarmasin belum mampu meningkatkan jumlah wisatawan. Hal ini menandakan bahwa masih ada aspek yang perlu diperhatikan untuk dikembangkan agar mampu meningkatkan jumlah wisatawan. Hendaknya pengembangan pariwisata pada perkotaan mengacu pada aspek pengembangan destinasi seperti menciptakan dan mempertahankan daya tarik wisata yang berdaya saing tinggi, membangun aksesibilitas, fasilitas pariwisata, dan fasilitas umum untuk kemudahan dan kenyamanan berwisata, serta memberdayakan masyarakat lokal sebagai *host* di destinasi sehingga wisatawan merasa aman untuk berwisata. Pengembangan pariwisata yang demikian dapat menciptakan Kota Banjarmasin yang

mampu memaksimalkan potensi identitas kotanya sebagai *image* atau citra pariwisata kota (Popescu dan Corbos, 2010). Oleh karena itu perlu adanya sinergi antara usaha pemerintah ataupun *stakeholders* pariwisata Kota Banjarmasin mengembangkan produk wisatanya seperti akomodasi dan obyek daya tarik dengan memperhatikan permintaan pangsa pasar wisatawan. Dengan menggunakan aspek-aspek destinasi sebagai acuan dalam pengembangan pariwisata, diharapkan pengembangan Kota Banjarmasin nantinya terarah, terpadu, dan berkelanjutan menjadi daerah tujuan para wisatawan.

1.2 Identifikasi Masalah

Berikut ini adalah masalah-masalah yang terdapat di wilayah studi yang mendukung penelitian:

1. Rendahnya kualitas dan kapasitas struktur Kota Banjarmasin terkait sektor pariwisata (RTRW Kota Banjarmasin, 2013-2032). Struktur ruang kota yang belum terbentuk dengan baik berdampak negatif terhadap aktivitas perkotaan, seperti penurunan fungsi pelayanan secara umum (aksesibilitas, sarana dan prasarana) yang juga mempengaruhi kegiatan kepariwisataan. Dalam hal ini pariwisata di Kota Banjarmasin hanya sebagai pelengkap, padahal menurut Tondobala (2012) pariwisata dapat meningkatkan kualitas dan kapasitas struktur kota melalui pengembangannya yang lebih mengedepankan kaidah-kaidah perencanaan, arsitektural, budaya lokal, estetika dan kualitas lingkungan kota serta memberikan ruang rekreasi bagi masyarakat. Perkembangan pariwisata di Kota Banjarmasin hanya difokuskan pada penambahan akomodasi dan obyek daya tarik wisata (KDA, 2017). Dengan memperhatikan karakteristik dan potensi pariwisata yang ada di Kota Banjarmasin diharapkan pengembangan pariwisata tersebut dapat memperbaiki dan meningkatkan kualitas dan kapasitas struktur Kota Banjarmasin.
2. Menurunnya jumlah wisatawan yang berkunjung ke destinasi wisata Kota Banjarmasin (Statistik Daerah Kota Banjarmasin, 2016). Jumlah akomodasi dan obyek daya tarik wisata yang terus bertambah tiap tahunnya (KDA, 2017) merupakan upaya pemerintah dalam pengembangan pariwisata untuk dapat meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung. Tetapi dari data statistik daerah Kota Banjarmasin yang diperoleh, jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kota Banjarmasin terus mengalami penurunan dari tahun 2013 yang berjumlah 362.654 jiwa menjadi 226.276 jiwa di tahun 2016.



1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka dirumuskan beberapa masalah yang terkait dengan kepariwisataan di Kota Banjarmasin:

1. Bagaimana karakteristik dari pariwisata di Kota Banjarmasin?
2. Bagaimana persepsi wisatawan terhadap pariwisata di Kota Banjarmasin?

1.4 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui karakteristik dari pariwisata di Kota Banjarmasin. Karakter dari daya tarik, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, fasilitas umum, dan masyarakat yang ada di Kota Banjarmasin merupakan data awal untuk mengetahui potensi dan masalah kepariwisataan Kota Banjarmasin. Dengan mengetahui karakter beserta potensi dan masalah yang ada, diharapkan hasil dari data tersebut dapat memberikan gambaran kualitas dan kapasitas struktur Kota Banjarmasin dalam hal kepariwisataan.
2. Mengetahui persepsi wisatawan terhadap pariwisata di Kota Banjarmasin. Wisatawan sebagai konsumen dari produk wisata yang ada di Kota Banjarmasin menjadi salah satu faktor penentu pengembangan, dengan memperhatikan permintaan wisatawan maka efektivitas serta efisiensi usaha pengembangan dapat dilakukan menyelaraskan dengan penawaran produk wisata eksisting di Kota Banjarmasin berdasarkan aspek-aspek destinasi pariwisata. Oleh karena itu diharapkan pengembangan pariwisata di Kota Banjarmasin nantinya dapat meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi berbagai pihak, yaitu:

1. Umum
Pihak-pihak lain (pemerintah, pelaku usaha atau swasta, dan masyarakat) yang terkait dalam kepariwisataan di Kota Banjarmasin dapat menjadikan penelitian ini sebagai informasi tambahan atau literatur dalam upaya pengembangan Kota Banjarmasin sebagai salah satu destinasi pariwisata di Indonesia.
2. Peneliti



Peneliti mampu melihat dan memahami lebih dalam mengenai kepariwisataan di Kota Banjarmasin sebagai wawasan dan pengalaman yang dibutuhkan pada jenjang berikutnya.

1.6 Ruang Lingkup

1.6.1 Ruang Lingkup Wilayah

Ruang lingkup wilayah penelitian adalah Kota Banjarmasin yang terletak pada $3^{\circ}15'$ sampai $3^{\circ}22'$ Lintang Selatan dan $114^{\circ}32'$ Bujur Timur, memiliki luas 72 Km^2 dengan batas-batas berikut:

Batas utara : Kabupaten Barito Utara

Batas timur : Kabupaten Banjar

Batas selatan : Kabupaten Banjar

Batas barat : Kabupaten Barito Kuala

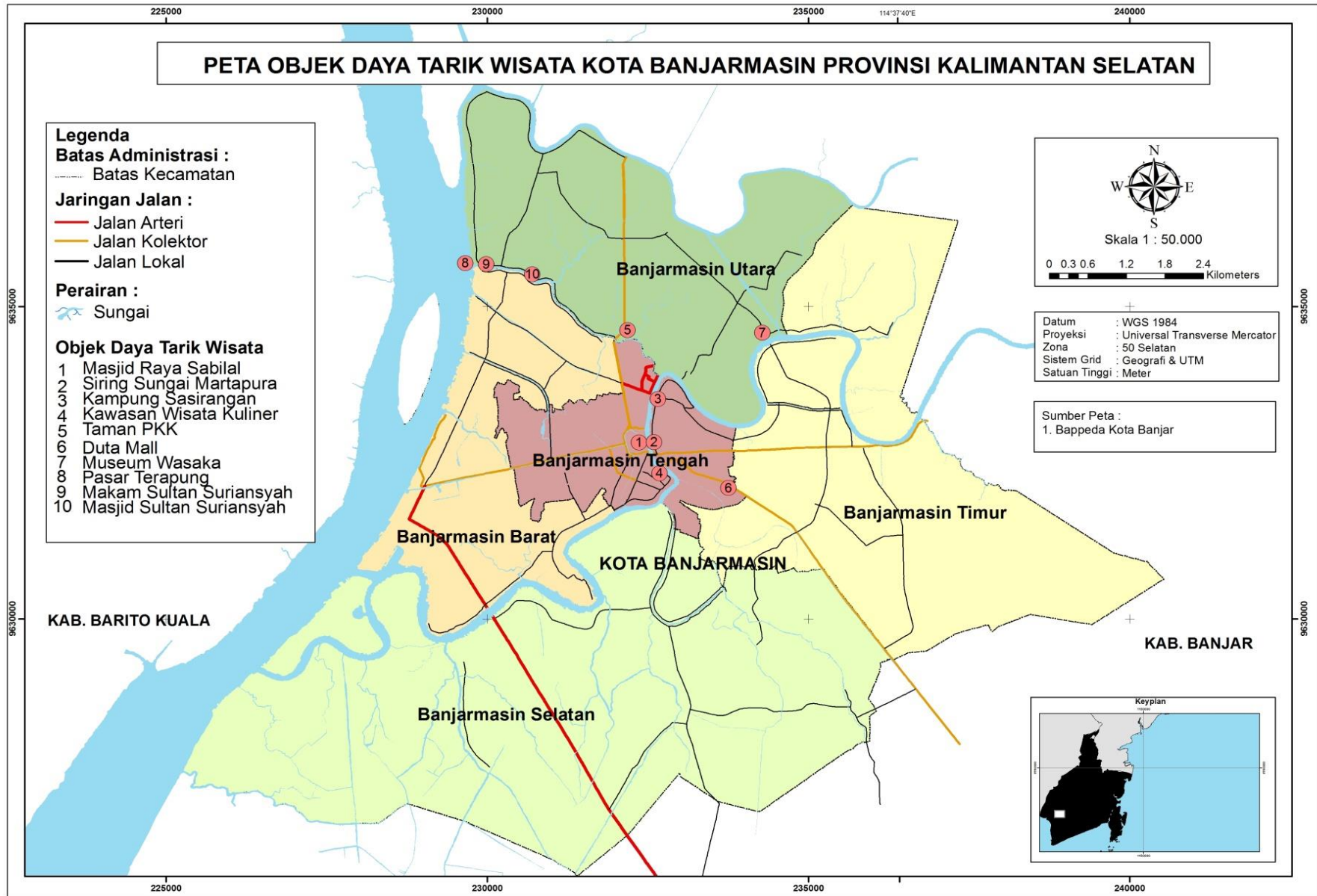
Fokus penelitian akan dilakukan di obyek wisata yang terdapat di Kota Banjarmasin yang telah ditentukan berdasarkan matriks data yang terdapat pada dokumen-dokumen yang sudah ada seperti RTRW Kota Banjarmasin tahun 2013-2032, RIPP Provinsi Kalimantan Selatan tahun 2013, dan Banjarmasin Dalam Angka tahun 2017 dengan total 33 obyek daya tarik wisata di Kota Banjarmasin. Dari keseluruhan obyek daya tarik wisata yang ada akan dipilih beberapa obyek daya tarik wisata yang dianggap dapat mewakili kepariwisataan Kota Banjarmasin, dengan melihat obyek-obyek daya tarik wisata apa saja yang disebutkan di semua 3 (tiga) dokumen tadi. Hal ini dilakukan untuk mempermudah peneliti menarik kesimpulan penelitian mengenai kepariwisataan Kota Banjarmasin.

Berdasarkan hasil matrik dari 3 (tiga) dokumen tersebut dapat diambil kesimpulan 10 obyek daya tarik wisata di Kota Banjarmasin yang dapat dijadikan perwakilan dari kepariwisataan Kota Banjarmasin sebagai lokasi studi penelitian seperti tabel 1.1 berikut.

Tabel 1.1 Ruang Lingkup Wilayah Penelitian

No.	Objek Wisata	Kecamatan
1.	Pasar Terapung Muara Kuin	Banjarmasin Utara
2.	Makam Sultan Suriansyah	Banjarmasin Utara
3.	Mesjid Sultan Suriansyah	Banjarmasin Utara
4.	Museum Wasaka	Banjarmasin Utara
5.	Taman Agro Wisata PKK	Banjarmasin Utara
6.	Kawasan Wisata Kuliner	Banjarmasin Tengah
7.	Kampung Sasirangan	Banjarmasin Tengah
8.	Mesjid Raya Sabilal Muhtadin	Banjarmasin Tengah
9.	Duta Mall	Banjarmasin Tengah
10.	Siring Sungai Martapura	Banjarmasin Tengah

Sumber: RTRW Kota Banjarmasin, RIPP Kalimantan Selatan, KDA, 2017



Gambar 1.1 Peta Lokasi Obyek Wisata



1.6.2 Ruang Lingkup Materi

Ruang lingkup materi yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah mengenai aspek-aspek pengembangan destinasi kepariwisataan yang sudah ditentukan melalui Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata yaitu:

1. Daya Tarik

Daya tarik adalah sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan.

2. Aksesibilitas

Aksesibilitas adalah semua jenis sarana dan prasarana transportasi yang mendukung pergerakan wisatawan dari wilayah asal wisatawan ke destinasi maupun pergerakan di dalam wilayah destinasi dalam kaitan dengan motivasi kunjungan wisata.

3. Fasilitas Pariwisata

Fasilitas pariwisata merupakan semua jenis sarana yang secara khusus ditujukan untuk mendukung penciptaan kemudahan, kenyamanan, keselamatan wisatawan dalam melakukan kunjungan ke destinasi.

4. Fasilitas Umum

Fasilitas umum merupakan sarana pelayanan dasar fisik suatu lingkungan yang diperuntukkan bagi masyarakat umum termasuk wisatawan dalam melakukan aktifitas kehidupan keseharian atau kegiatan kepariwisataan di destinasi.

5. Masyarakat

Memberdayakan masyarakat setempat sebagai tuan rumah (*host*) di destinasi adalah upaya untuk meningkatkan kesadaran, kapasitas, akses, dan peran masyarakat baik secara individu maupun kelompok dalam memajukan kualitas hidup, kemandirian, dan kesejahteraan melalui kegiatan kepariwisataan.

1.7 Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan pada laporan penelitian ini meliputi:

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, ruang lingkup wilayah dan materi, sistematika pembahasan dan kerangka pemikiran.



BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang teori-teori, literatur, pedoman dan metode yang mendukung penelitian, yaitu teori terkait aspek-aspek destinasi pariwisata seperti teori aspek daya tarik, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, fasilitas umum, dan masyarakat.

BAB 3 METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang jenis penelitian, diagram alir, metode pengumpulan data, metode analisa data-data karakteristik pariwisata berupa deskriptif daya tarik, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, fasilitas umum, dan masyarakat, metode analisa potensi masalah, metode analisa menggunakan metode *Boston Consulting Group* (BCG) untuk persepsi wisatawan dan desain survey penelitian.

BAB 4 PEMBAHASAN

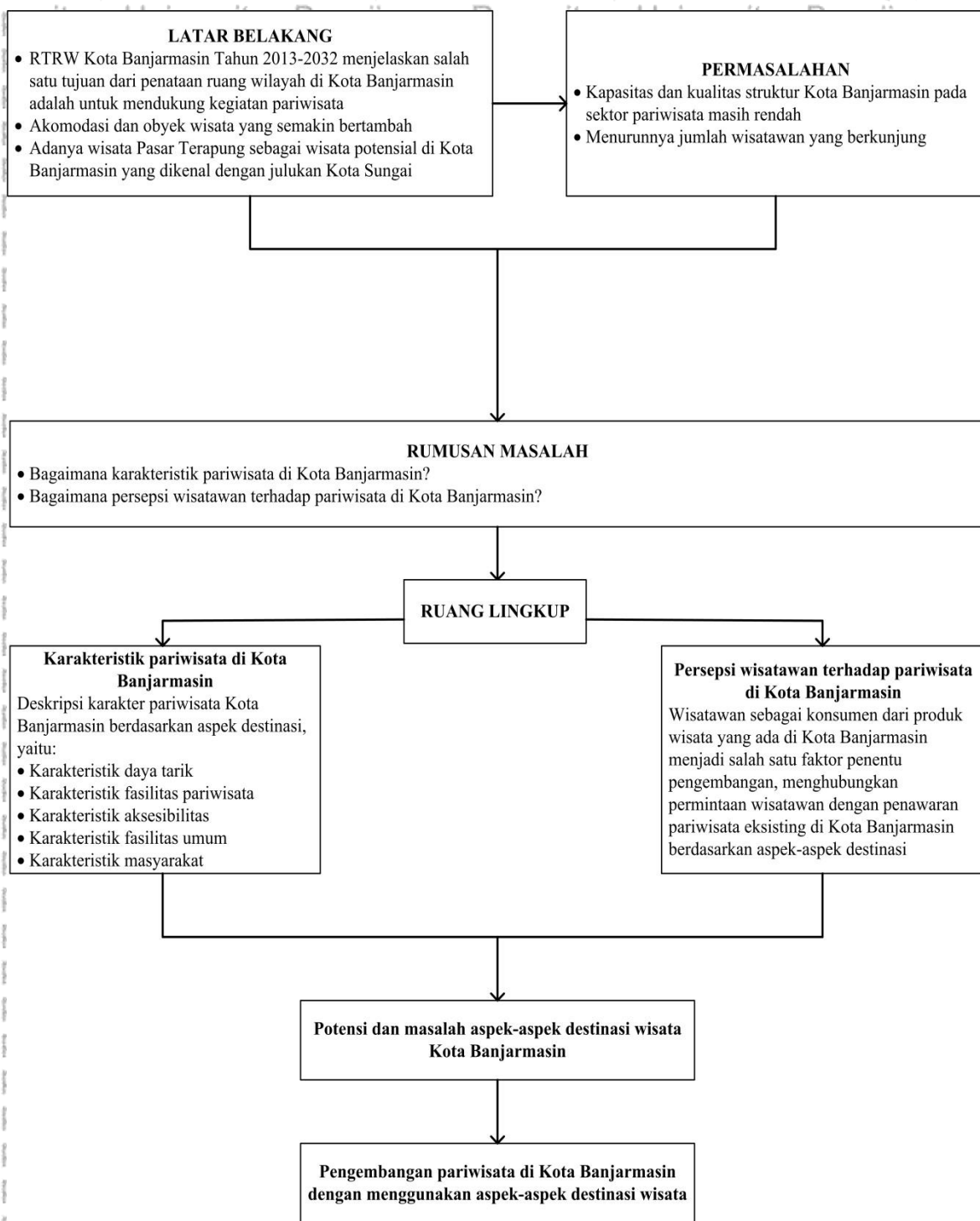
Bab ini berisi pembahasan mengenai hasil survei primer dan sekunder yang berupa hasil analisis dari karakteristik pariwisata, analisis potensi masalah, dan analisis metode *Boston Consulting Group* (BCG).

BAB 5 PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran hasil penelitian.



1.8 Kerangka Pemikiran



Gambar 1.2 Kerangka pemikiran



BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Definisi Pariwisata

Menurut Undang-Undang No.10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Sedangkan definisi dari wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.

Sedidaknya ada empat kriteria suatu perjalanan dapat disebut sebagai perjalanan pariwisata, yaitu:

1. Perjalanan itu tujuannya semata-mata untuk bersenang-senang.
2. Perjalanan itu harus dilakukan dari suatu tempat (di mana orang itu tinggal berdiam) ke tempat lain (yang bukan kota atau negara di mana ia biasanya tinggal).
3. Perjalanan itu dilakukan minimal selama 24 jam.
4. Perjalanan itu tidak dikaitkan dengan mencari nafkah di tempat yang dikunjungi dan orang yang melakukan perjalanan itu semata-mata sebagai konsumen di tempat yang dikunjunginya.

Berikut adalah definisi pariwisata dari beberapa ahli:

1. Pariwisata menurut Clare A. Gunn (2002)
Pariwisata adalah pergerakan sementara orang-orang untuk tujuan di luar tempat mereka tinggal atau bekerja sehari-hari, kegiatan yang dilakukan selama mereka tinggal di daerah tujuan itu dan fasilitas yang dibuat untuk memenuhi kebutuhan mereka.
2. Pariwisata menurut Prof. Salah Wahab (1975)
Pariwisata merupakan suatu aktifitas manusia yang dilakukan secara sadar yang mendapat pelayanan secara bergantian di antara orang-orang dalam suatu negara itu sendiri (di luar negeri), meliputi pendiaman orang-orang di daerah lain (daerah tertentu), suatu negara atau benua untuk sementara waktu dalam mencari kepuasan

yang beraneka ragam dan berbeda dengan apa yang di alaminya dimana ia memperoleh pekerjaan.

3. Pariwisata menurut WTO (*World Tourism Organization*)

Pariwisata adalah kegiatan orang yang bepergian dan tinggal di tempat-tempat di luar lingkungan mereka selama tidak lebih dari satu tahun berturut-turut untuk bersantai, bisnis dan keperluan lainnya.

Definisi pariwisata yang sudah dijelaskan oleh beberapa ahli tersebut dapat disimpulkan menjadi landasan dasar dalam penelitian mengenai pengembangan pariwisata di Kota Banjarmasin, yaitu suatu aktivitas atau kegiatan pergerakan perorangan atau kelompok yang bersifat sementara menuju daerah tujuan wisata dengan tujuan untuk bersenang-senang atau mencari hiburan. Menggunakan teori ini dapat diketahui seperti apa aktivitas-aktivitas perkotaan dan masyarakatnya yang dapat dikategorikan sebagai pariwisata.

2.2 Wisatawan

Di dalam bab ini terdapat pembahasan mengenai definisi wisatawan dan tipologi wisatawan sebagai berikut.

2.2.1 Definisi Wisatawan

Wisatawan menurut Undang-Undang No. 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan adalah orang yang melakukan wisata. Adapun definisi lain tentang wisatawan menurut WTO (*world tourism organization*) membagi wisatawan kedalam tiga bagian yaitu:

- a. Pengunjung adalah setiap orang yang berhubungan ke suatu Negara lain dimana ia mempunyai tempat kediaman, dengan alasan melakukan pekerjaan yang diberikan oleh Negara yang dikunjunginya.
- b. Wisatawan adalah setiap orang yang bertempat tinggal di suatu Negara tanpa tanpa memandang kewarganegaraannya, berkunjung ke suatu tempat pada Negara yang sama untuk waktu lebih dari 24 jam yang tujuan perjalanannya dapat diklasifikasikan sebagai berikut:
 - 1) Memanfaatkan waktu luang untuk rekreasi, liburan, kesehatan, pendidikan, keagamaan dan olahraga.
 - 2) Bisnis atau mengunjungi kaum keluarga.
- c. Darmawisata atau *excursionist* adalah pengunjung sementara yang menetap kurang dari 24 jam di Negara yang dikunjungi, termasuk orang yang berkeliling dengan kapal pesiar.



Menurut Pitana & Diarta (2009) seseorang dapat disebut sebagai wisatawan apabila memenuhi beberapa kriteria sebagai berikut:

1. Melakukan perjalanan jauh dari tempat tinggal normalnya sehari-hari.
2. Perjalanan tersebut dilakukan paling sedikit semalam tapi tidak secara permanen.
3. Dilakukan pada saat tidak bekerja atau mengerjakan tugas rutin lain tetapi dalam rangka mencari pengalaman mengesankan dari interaksinya dengan beberapa karakteristik tempat yang dipilih untuk dikunjungi.

2.2.2 Tipologi Wisatawan

Menurut Cohen (Pitana & Diarta, 2009) wisatawan diklasifikasikan atas dasar tingkat familiaritas dari daerah yang dikunjungi dan tingkat pengorganisasian perjalanan wisatanya yang digolongkan menjadi empat, yaitu:

1. *Drifter*, yaitu wisatawan yang ingin mengunjungi daerah yang sama sekali belum diketahuinya, yang berpergian dalam jumlah kecil.
2. *Explorer*, yaitu wisatawan yang melakukan perjalanan dengan mengatur perjalanannya sendiri, tidak ingin mengikuti jalan-jalan wisata yang sudah umum melainkan mencari hal yang tidak umum. Wisatawan seperti ini bersedia memanfaatkan fasilitas dengan standar lokal dan tingkat interaksinya dengan masyarakat lokal juga tinggi.
3. *Individual Mass Tourist*, yaitu wisatawan yang menyerahkan pengaturan perjalanannya kepada agen perjalanan, dan mengunjungi daerah tujuan wisata yang sudah dikenal.
4. *Organized Mass Tourist*, yaitu wisatawan yang hanya mau mengunjungi daerah tujuan wisata yang sudah dikenal, dengan fasilitas seperti yang dapat ditemuinya di tempat tinggalnya dan perjalanannya selalu dipandu oleh pemandu wisata.

Smith dalam (Pitana & Diarta, 2009) juga melakukan klasifikasi terhadap wisatawan menjadi tujuh, yaitu:

1. *Explorer*, yaitu wisatawan yang mencari perjalanan baru dan berinteraksi secara intensif dengan masyarakat lokal, bersedia menerima fasilitas seadanya, serta menghargai norma dan nilai-nilai lokal.
2. *Elite*, yaitu wisatawan yang mengunjungi daerah tujuan wisata yang belum dikenal tetapi dengan pengaturan terlebih dahulu, dan berpergian dalam jumlah kecil.
3. *Off-beat* yaitu wisatawan yang mencari atraksi sendiri, tidak mau ikut ke tempat-tempat yang sudah ramai dikunjungi. Biasanya, wisatawan seperti ini siap menerima fasilitas seadanya di tempat lokal.

4. *Unusual* yaitu wisatawan yang dalam perjalanannya sekali waktu juga mengambil aktivitas tambahan, untuk mengunjungi tempat-tempat baru atau melakukan aktivitas tambahannya, bersedia menerima fasilitas apa adanya tetapi program pokoknya tetap harus memberikan fasilitas standard.

5. *Incipient mass*, yaitu wisatawan yang melakukan perjalanan secara individual atau dalam kelompok kecil, mencari daerah tujuan wisata yang mempunyai fasilitas standar tetapi masih menawarkan keaslian.

6. *Mass*, yaitu wisatawan yang berpergian ke daerah tujuan wisata dengan fasilitas yang sama seperti di daerahnya.

7. *Charter*, yaitu wisatawan yang mengunjungi daerah tujuan wisata dengan lingkungan yang mirip dengan daerah asalnya dan biasanya hanya untuk bersenang-senang dan meminta fasilitas berstandar internasional.

Dalam pendekatan lain, Plog dalam (Pitana, 2005) mengembangkan tipologi wisatawan sebagai berikut:

1. *Allocentric*, yaitu wisatawan yang ingin mengunjungi tempat-tempat yang belum diketahui, bersifat petualangan (*adventure*), dan memanfaatkan fasilitas yang disediakan oleh masyarakat lokal.

2. *Psychocentric*, yaitu wisatawan yang hanya mau mengunjungi daerah tujuan wisata yang sudah mempunyai fasilitas dengan standar yang sama dengan di negaranya sendiri. Mereka melakukan perjalanan wisata dengan program yang pasti, dan memanfaatkan fasilitas dengan standar internasional.

3. *Mid-centric*, terletak di antara *allocentric* dan *psychocentric*.

Teori mengenai wisatawan digunakan untuk teori dasar mengenai wisatawan yang berupa definisi dan klasifikasi wisatawan-wisatawan yang berkunjung ke suatu destinasi.

Hal ini untuk membedakan wisatawan dengan masyarakat yang tidak melakukan kegiatan pariwisata di Kota Banjarmasin.

2.3 Jenis dan Macam Pariwisata

Berdasarkan ciri dan potensi yang dimiliki oleh suatu wilayah, maka banyak bermacam-macam jenis pariwisata yang ada, baik itu ditimbulkan oleh pemanfaatan keindahan alam, budaya maupun lingkungan yang mempunyai karakteristik dan kekhususan tersendiri. Pariwisata memiliki jenis yang bermacam-macam bila ditinjau dari beberapa segi, jenis dan macam pariwisata menurut Suwena dan Widyatmaja (2010) yaitu sebagai berikut.



1. Menurut letak geografis, dimana kegiatan pariwisata berkembang dibedakan menjadi:

- a. Pariwisata Lokal yaitu jenis kepariwisataan yang ruang lingkupnya lebih sempit dan terbatas dalam tempat-tempat tertentu saja.
- b. Pariwisata regional yaitu kegiatan kepariwisataan yang dikembangkan dalam suatu wilayah tertentu, dapat regional dalam lingkungan nasional dan dapat pula regional dalam ruang lingkup internasional.
- c. Pariwisata nasional yaitu jenis pariwisata yang dikembangkan dalam wilayah suatu negara, dimana para pesertanya tidak saja terdiri dari warga negaranya sendiri tetapi juga orang asing yang terdiam di negara tersebut.
- d. Pariwisata regional – internasional yaitu kegiatan kepariwisataan yang berkembang di suatu wilayah internasional yang terbatas, tetapi melewati batas-batas lebih dari dua atau tiga negara dalam wilayah tersebut.
- e. Pariwisata Internasional yaitu kegiatan kepariwisataan yang terdapat atau dikembangkan di banyak negara di dunia.

2. Menurut pengaruhnya dalam neraca pembayaran:

- a. Pariwisata aktif yaitu kegiatan kepariwisataan yang ditandai dengan gejala masuknya wisatawan asing ke suatu negara tertentu.
- b. Pariwisata Pasif yaitu kegiatan kepariwisataan yang ditandai dengan gejala keluarnya warga negara sendiri bepergian ke luar negeri sebagai wisatawan.

3. Menurut alasan atau tujuan perjalanan:

- a. *Bussines Tourism* yaitu jenis pariwisata dimana pengunjungnya datang untuk tujuan dinas, usaha dagang atau yang berhubungan dengan pekerjaan.
- b. *Vacational Tourism* yaitu jenis pariwisata dimana orang-orang yang melakukan perjalanan wisata terdiri dari orang-orang yang sedang berlibur.
- c. *Educational Tourism* yaitu jenis pariwisata dimana pengunjung melakukan perjalanan untuk mempelajari suatu bidang pengetahuan.
- d. *Familiarization Tourism* yaitu suatu perjalanan anjagsana yang dimaksudkan guna mengenal lebih lanjut bidang atau daerah yang mempunyai kaitan dengan pekerjaannya.
- e. *Scientific Tourism* yaitu perjalanan wisata yang tujuan pokoknya adalah untuk memperoleh pengetahuan atau penyelidikan terhadap sesuatu bidang ilmu pengetahuan.
- f. *Special Mission Tourism* yaitu suatu perjalanan wisata yang dilakukan dengan suatu maksud khusus, misalnya misi kesenian dan misi lainnya.

g. *Hunting tourism* yaitu suatu kunjungan wisata yang dimaksudkan untuk menyelenggarakan perburuan binatang yang diijinkan oleh penguasa setempat sebagai hiburan semata-mata.

4. Menurut saat atau waktu berkunjung:

a. *Seasonal Tourism* yaitu jenis pariwisata yang kegiatannya berlangsung pada musim-musim tertentu, contoh: *summer tourism*, *winter tourism*, dan lain-lain.

b. *Occasional Tourism* yaitu jenis pariwisata dimana perjalanan wisatawan dihubungkan dengan kejadian (*occasion*) maupun suatu even. Misalnya, Sekaten di Yogyakarta, Nyepi di Bali, dan lain-lain.

5. Menurut Objeknya:

a. *Cultural Tourism* yaitu jenis pariwisata dimana motivasi wisatawan untuk melakukan perjalanan disebabkan karena adanya daya tarik dari seni dan budaya suatu tempat.

b. *Recuperational Tourism* yaitu jenis pariwisata dimana motivasi wisatawan untuk melakukan perjalanan adalah untuk menyembuhkan penyakit, seperti mandi di sumber air panas, mandi lumpur, dan lain-lain.

c. *Commercial Tourism* yaitu jenis pariwisata dimana motivasi wisatawan untuk melakukan perjalanan dikaitkan dengan kegiatan perdagangan nasional dan internasional.

d. *Sport Tourism* yaitu jenis pariwisata dimana motivasi wisatawan untuk melakukan perjalanan adalah untuk melihat atau menyaksikan suatu pesta olahraga di suatu tempat atau negara tertentu.

e. *Political Tourism* yaitu jenis pariwisata dimana motivasi wisatawan untuk melakukan perjalanan tujuannya melihat atau menyaksikan suatu peristiwa kejadian yang berhubungan dengan kegiatan suatu negara. Misalnya menyaksikan hari kemerdekaan suatu negara.

f. *Social Tourism* yaitu jenis pariwisata dimana dari segi penyelenggaraannya tidak menekankan untuk mencari keuntungan, misalnya *study tour*, piknik, dan lain-lain.

g. *Religion Tourism* yaitu jenis pariwisata dimana motivasi wisatawan untuk melakukan perjalanan tujuannya melihat atau menyaksikan upacara-upacara keagamaan, seperti upacara Bali Krama di Besakih, haji Umroh bagi agama Islam, dan lain-lain.

6. Menurut jumlah orang yang melakukan perjalanan:



a. *Individual Tourism* yaitu seorang wisatawan atau satu keluarga yang melakukan perjalanan secara bersama.

b. *Family Group Tourism* yaitu suatu perjalanan wisata yang dilakukan oleh serombongan keluarga yang masih mempunyai hubungan kekerabatan satu sama lain.

c. *Group Tourism* yaitu jenis pariwisata dimana yang melakukan perjalanan wisata itu terdiri dari banyak orang yang bergabung dalam satu rombongan yang biasa diorganisasi oleh sekolah, organisasi, atau tour operator *travel agent*.

7. Menurut alat pengangkutan yang digunakan:

a. *Land Tourism* yaitu jenis pariwisata yang dalam kegiatannya menggunakan transportasi darat, seperti bus, taxi dan kereta api.

b. *Sea Tourism* yaitu kegiatan kepariwisataan yang menggunakan angkutan laut untuk mengunjungi suatu daerah tujuan wisata.

c. *Air Tourism* yaitu jenis pariwisata yang menggunakan angkutan udara dari dan ke daerah tujuan wisata.

8. Menurut umur yang melakukan perjalanan:

a. *Youth Tourism* yaitu jenis pariwisata yang dikembangkan bagi para remaja yang suka melakukan perjalanan wisata dengan harga relatif murah.

b. *Adult Tourism* yaitu kegiatan pariwisata yang diikuti oleh orang-orang yang berusia lanjut. Biasanya orang yang melakukan perjalanan adalah para pensiunan.

9. Menurut Jenis Kelamin:

a. *Masculine Tourism* yaitu jenis pariwisata yang kegiatannya hanya diikuti oleh kaum pria saja, seperti *safari hunting adventure*.

b. *Feminime Tourism* yaitu jenis pariwisata yang hanya diikuti oleh kaum wanita saja, seperti rombongan untuk menyaksikan demonstrasi memasak.

10. Menurut harga dan tingkat sosial:

a. *Delux Tourism* yaitu perjalanan wisata yang menggunakan fasilitas standar mewah, baik alat angkutan, hotel, maupun atraksinya.

b. *Middle Class Tourism* yaitu jenis perjalanan wisata yang diperuntukkan bagi mereka yang menginginkan fasilitas dengan harga tidak terlalu mahal, tetapi tidak terlalu jelek pelayanannya.

c. *Social Tourism* yaitu perjalanan wisata yang penyelenggaraannya dilakukan secara berama dengan biaya yang diperhitungkan semurah mungkin dengan fasilitas cukup memadai selama dalam perjalanan.

11. *World Tourism Organization* (2004) mengklasifikasikan pariwisata menurut tema utama destinasi wisatanya sebagai berikut.

- a. Kawasan Perairan/Bahari (*coastal zone*).
- b. Kawasan Pantai (*Beach destination and sites*).
- c. Gugusan kepulauan (*Small Islands*).
- d. Kawasan gurun (*Destination in desert and arid areas*).
- e. Kawasan pegunungan (*Mountain destinations*).
- f. Kawasan Taman Nasional (*Natural and sensitive ecological sites*).
- g. Kawasan Ekowisata (*Ecotourism destinations*).
- h. Kawasan Taman Nasional dan Cagar Alam (*Park and protected areas*).
- i. Komunitas di sekitar kawasan lindung/konservasi (*Communities within or adjacent to protected area*).
- j. Jalur atau rute perjalanan (*Trail and routes*).
- k. Situs peninggalan sejarah (*Built heritage sites*).
- l. Kawasan permukiman tradisional (*Small and traditional communities*).
- m. Kawasan Wisata Kota (*Urban tourism*).
- n. Pusat kegiatan MICE dan Konvensi (*MICE and convention centers*).
- o. Kawasan Taman Bertema (*Theme Park*).
- p. Kawasan Taman Air (*Water park*).
- q. Kapal pesiar dan simpul-simpul perjalanannya (*Cruise ship and their destinations*).

Jenis dan macam pariwisata yang sudah dijelaskan dihubungkan dengan keadaan dan kondisi lokasi penelitian sehingga nantinya dapat diketahui jenis apa untuk pariwisata di lokasi tersebut. menurut WTO (2004), Kota Banjarmasin dapat termasuk ke dalam jenis kawasan pariwisata kota (*Urban Tourism*) berdasarkan tema kawasannya yang berupa perkotaan.

2.3.1 Pariwisata Kota (*Urban Tourism*)

Pariwisata kota (*urban tourism*) merupakan suatu bentuk pengembangan pariwisata dengan lokasi wisata berada di dalam kota dimana area kota, elemen-elemen kota, bahkan kota itu sendiri menjadi suatu komoditas utama pariwisata (Tondobala, 2012). Perkotaan dapat dijadikan sebagai tempat wisata karena 4 hal, yaitu (Adamietz, 2012):

1. Perkotaan merupakan tempat dengan populasi padat yang menarik relasi (teman, kerabat, mitra bisnis, dan tamu khusus) berkunjung yang dapat dijadikan sebagai segmen wisatawan.



2. Kota sering memiliki peran sebagai pusat transportasi utama dan bertindak sebagai tempat transit pintu gerbang untuk perjalanan lebih lanjut dalam kawasan tersebut.
3. Kesempatan untuk melakukan wisata bisnis dan konferensi meningkat karena kota sering menjadi tempat pusat komersil, keuangan, dan industri.
4. Kota dapat menarik pengunjung karena berbagai pengalaman rekreasi seni dan budaya.

Popescu dan Corbos (2010) menjelaskan bahwa *urban tourism* merupakan hubungan antara internal yaitu permintaan masyarakat lokal dengan eksternal yaitu permintaan pengunjung wisatawan. Terciptanya *urban tourism* disebabkan oleh faktor permintaan:

1. Pasar wisata internasional.
2. Pasar wisata lokal.
3. Atraksi atau daya tarik.
4. Fasilitas wisata.
5. Pelayanan yang ditawarkan masyarakat setempat.

Banyaknya kota yang menjadikan pariwisata sebagai sektor yang harus dikembangkan karena menjanjikan keuntungan terhadap kota tersebut, maka pemanfaatan lingkungan wisata kota perlu dikendalikan, dijaga, dan diarahkan agar dapat berkelanjutan. Menurut Tondobala (2012), tumbuh dan berkembangnya kawasan wisata dalam suatu kota tergantung dari 4 (empat) hal yaitu: cara memanfaatkan potensi obyek wisata yang telah ada; menggali potensi yang belum dikembangkan; mendukung peluang perkembangan obyek wisata dengan ketersediaan prasarana dan sarana yang sesuai dengan kondisi lingkungan dan; melakukan pengelolaan kawasan secara profesional dan berkelanjutan.

Menurut Inskeep (1991) daya tarik kota wisata yang mampu membuat orang melakukan aktivitas yang termasuk pariwisata kota tersebut antara lain:

1. Keindahan alam yang meliputi iklim, pemandangan alam, pantai, flora dan fauna, kondisi lingkungan yang spesial, taman dan area konservasi, serta wisata kesehatan.
2. Keindahan kesenian, yang meliputi situs budaya dan arkeologi, pola-pola budaya, seni dan kerajinan, kegiatan ekonomi dan area kota yang menarik, museum, fasilitas budaya lain, festival budaya dan keramahan penduduk.
3. Jenis keindahan lain seperti taman bertema (*themepark*), perbelanjaan, pertemuan dan konferensi, even spesial, kasino, *entertainment* serta olah raga dan rekreasi.
4. Fasilitas wisata dan pelayanan seperti hotel, transportasi serta kondisi-kondisi lain seperti etnik, agama, stabilitas keamanan dan lain sebagainya.

Selanjutnya menurut Inskeep (1991) karakteristik dan kualitas dari lingkungan kota merupakan faktor penting yang harus diperhatikan dalam pengembangan kota wisata, seperti:

1. Kualitas visual dari karakter dan gaya arsitektur.
2. Kondisi dari taman, ruang terbuka, dan lansekap.
3. Kondisi dari lansekap dan pedestrianisasi.
4. Kebersihan lingkungan dan kondisi persampahan.
5. Kondisi dan masalah-masalah udara, air serta polusi suara.
6. Kondisi dan masalah iklim (seperti panas tinggi dan salju yang dingin).
7. Kondisi dan masalah keamanan publik (kriminalitas).

Sementara itu menurut Page (1995) bahwa karakteristik kota wisata yang mampu memberikan pengalaman bagi pengunjung, terutama ditandai oleh atribut berikut:

1. Peninggalan sejarah dalam kota.
2. Posisi dan geografis kota.
3. Suasana/kesan akibat terjadinya suatu aktivitas.
4. Tempat belanja, makan dan hiburan.
5. Tempat penyelenggaraan event-event tertentu.

Lebih lengkap daya tarik kota dijabarkan dengan tingkat elemen pariwisata dalam tabel 2.1 berikut ini.

Tabel 2.1 Elemen Daya Tarik Wisata Kota

Elemen Utama	Activity place	Fasilitas Budaya: <ul style="list-style-type: none"> • Concert halls • Bioskop • Tempat pameran • Museum dan galeri seni • Teater
		Fasilitas Olahraga: <ul style="list-style-type: none"> • Indoor dan outdoor
		Fasilitas Hiburan: <ul style="list-style-type: none"> • Bingo halls • Kasino • Perayaan-perayaan • Klub malam • Organised events
	Leisure setting	Karakteristik fisik: <ul style="list-style-type: none"> • Monumen dan patung kuno • Bangunan bersejarah • Pelabuhan-pelabuhan • Pola jalanan • Bangunan khas • Taman dan area hijau • Kanal-kanal sungai dan tepi sungai



		Fasilitas Budaya:
		<ul style="list-style-type: none"> • <i>Concert halls</i> • Bioskop • Tempat pameran • Museum dan galeri seni • Teater
Elemen Utama	<i>Activity place</i>	Karakteristik sosial budaya:
		<ul style="list-style-type: none"> • Cerita rakyat • Keramah-tamahan • Bahasa • Keaktifan dan suasana setempat • Adat istiadat • Keamanan
Elemen Sekunder	<ul style="list-style-type: none"> • Fasilitas hotel dan catering • Pasar-pasar • Fasilitas perbelanjaan 	
Elemen Tambahan	<ul style="list-style-type: none"> • Fasilitas parkir dan aksesibilitas • Fasilitas wisatawan: kantor informasi wisata, rambu-rambu, pemandu, peta dan selebaran-selebaran 	

Sumber: Page (1995)

Unsur atau alasan utama yang menarik wisatawan untuk mengunjungi kota yaitu:

1. Tempat untuk menggelar kegiatan:
 - a. Fasilitas budaya
 - b. Fasilitas olahraga
 - c. Fasilitas hiburan
2. Tempat untuk menghabiskan waktu senggang (bersantai), seperti tempat bersejarah, taman, monumen, dan lain sebagainya.

Selain unsur utama, terdapat juga unsur pendukung dan unsur tambahan yang menarik wisatawan untuk berkunjung ke kota. Unsur pendukung dapat dijabarkan seperti fasilitas wisata (akomodasi, restoran, dan fasilitas lainnya), pasar, dan pusat perbelanjaan.

Sedangkan unsur tambahan yaitu aksesibilitas transportasi dan informasi wisata yang dapat berupa peta wisata, indikator/petunjuk arah, dan panduan-panduan lainnya.

Berdasarkan tinjauan-tinjauan pustaka dari beberapa ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa sebuah kota memiliki karakteristik tertentu yang dapat dijadikan sebagai daya tarik pariwisata. Sehingga dapat dikatakan sebagai Kota Pariwisata (*Urban Tourism*) yang ditandai dengan 4 (empat) faktor, yaitu: posisi geografis kota, peninggalan dan sejarah kota, suasana perkotaan, dan tempat-tempat untuk menghabiskan waktu luang (belanja, makan, dan hiburan) serta *event-event* tertentu. Kota Banjarmasin yang dianggap sebagai kota pariwisata dapat dideskripsikan dengan menggunakan faktor-faktor tersebut.

2.4 Destinasi Wisata

Di dalam bab ini akan dibahas mengenai definisi dan komponen destinasi pariwisata sebagai berikut.

2.4.1 Definisi Destinasi Wisata

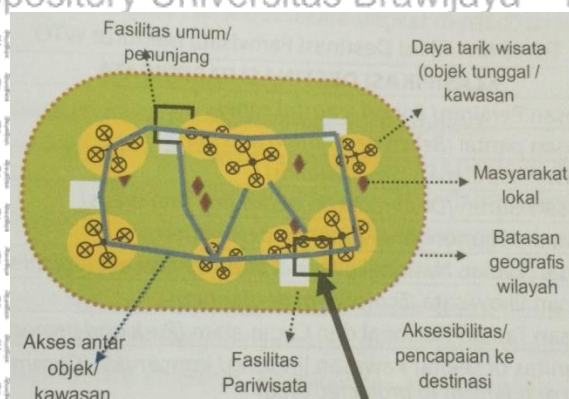
Destinasi merupakan suatu tempat yang dikunjungi dengan waktu yang signifikan selama perjalanan seseorang dibandingkan dengan tempat lain yang dilalui selama perjalanan, misalnya daerah transit (Pitana dan Diarta, 2009). Menurut Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, destinasi pariwisata adalah kawasan geografis yang berada di dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan.

Berbagai kisi-kisi pemahaman mengenai destinasi wisata seperti halnya diadaptasikan dari banyak batasan pengertian yang telah diberikan oleh para pakarnya, pada intinya mengandung tujuan yang sama. Seperti yang dikemukakan oleh Arjana (2016), destinasi wisata adalah daerah yang memiliki obyek-obyek wisata yang menarik untuk dikunjungi oleh wisatawan lokal atau domestik dan yang berasal dari berbagai negara (mancanegara) dan tersedianya fasilitas penunjang transportasi dan akomodasi. Selain itu Sunaryo (2013) menerangkan bahwa kerangka destinasi wisata paling tidak harus mencakup aspek-aspek utama sebagai berikut.

1. Objek dan Daya Tarik (*Attractions*) yang mencakup: daya tarik yang berbasis utama pada kekayaan alam, budaya, maupun buatan atau *artificial*, seperti *event* atau yang sering disebut sebagai minat khusus (*special interest*).
2. Aksesibilitas (*Accessibility*), yang mencakup dukungan sistem transportasi yang meliputi: rute atau jalur transportasi, fasilitas terminal, bandara, pelabuhan dan moda transportasi yang lain.
3. Amenitas (*Amenities*), yang mencakup fasilitas penunjang dan pendukung wisata yang meliputi: akomodasi, rumah makan (*food and beverage*), retail, toko cinderamata, fasilitas penukaran uang, biro perjalanan, pusat informasi wisata, dan fasilitas kenyamanan lainnya.
4. Fasilitas pendukung (*Ancillary Services*) yaitu ketersediaan fasilitas pendukung yang digunakan oleh wisatawan, seperti bank, telekomunikasi, pos, rumah sakit dan sebagainya.

5. Kelembagaan (*Institutions*) yaitu terkait dengan keberadaan dan peran masing-masing unsur dalam mendukung terlaksananya kegiatan pariwisata termasuk masyarakat setempat sebagai tuan rumah (*host*).

Destinasi tidak cukup hanya dipahami sebagai wujud sekumpulan objek dan daya tarik wisata dengan suatu tema dominan saja, namun demikian lebih dari itu harus dipahami secara holistik sebagai suatu keterkaitan sistematis antar objek dan daya tarik wisata beserta dengan segenap unsur-unsur pendukungnya seperti: aksesibilitas, amenitas, masyarakat setempat dan unsur-unsur penunjang lainnya yang bekerja secara sinergis dalam satu kesatuan sistem yang saling menunjang dan melengkapi. Sehingga secara keseluruhan, interaksi sistematis tadi akan membentuk suatu karakter destinasi yang kuat dan mempunyai daya saing dan keunggulan dibandingkan dengan destinasi disekitarnya.



Gambar 2.1 Konsep destinasi wisata

Sumber: Sunaryo (2013)

Destinasi merupakan daerah atau kawasan tempat tujuan para wisatawan yang di dalamnya terdapat obyek dan daya tarik, fasilitas pariwisata (amenitas), aksesibilitas, fasilitas umum, dan kelembagaan yang terdiri dari masyarakat dan *stakeholders*. Menurut definisinya, Kota Banjarmasin dapat termasuk sebagai kawasan pariwisata di dalam suatu destinasi wisata dengan tema pariwisata kota (*urban tourism*) karena terdapat aspek-aspek dari destinasi. Aspek itulah yang menjadi variabel dari penelitian ini untuk pengembangan Kota Banjarmasin sebagai destinasi wisata.

2.4.2 Aspek Destinasi Wisata

Dari hasil sintesa beberapa pustaka, literatur dan perundang-undangan, destinasi wisata dapat dijabarkan dengan komponen-komponen sebagai berikut.

A. Daya Tarik Wisata

Daya tarik wisata di suatu daerah atau perkotaan ditimbulkan oleh unsur-unsur geografi yang timbul karena proses alami dan proses budayawi. Marpaung (2000)

berpendapat obyek dan daya tarik wisata erat hubungannya dengan *travel motivation* dan *travel fashion*, karena wisatawan ingin mengunjungi serta mendapatkan suatu pengalaman dalam kunjungannya. Obyek dan daya tarik wisata merupakan dasar bagi kepariwisataan. Tanpa ada daya tarik di suatu daerah, aktivitas kepariwisataan boleh dikatakan tidak ada. Pariwisata berkembang jika dalam suatu daerah terdapat lebih dari satu obyek dan daya tarik, dan memiliki sarana fasilitas pendukung. Secara sederhana atraksi dan daya tarik wisata seringkali diklasifikasikan berdasarkan pada jenis dan temanya, yaitu biasanya dibagi menjadi tiga jenis tema daya tarik wisata sebagai berikut: daya tarik wisata alam, daya tarik wisata budaya, dan daya tarik wisata minat khusus. Berbagai jenis atraksi dan daya tarik wisata tadi mempunyai kedudukan yang sangat penting pada sisi produk wisata, terutama dalam rangka menarik kunjungan wisatawan ke destinasi. Ketiga jenis daya tarik tadi secara singkat dapat dijelaskan sebagai berikut (Sunaryo, 2013):

1. Daya tarik wisata alam; yang dimaksud dengan daya tarik wisata alam adalah daya tarik wisata yang dikembangkan dengan lebih banyak berbasis pada keindahan dan keunikan yang telah tersedia di alam, seperti: Pantai dengan keindahan pasir putihnya, deburan gelombang ombak serta akses pandangnya terhadap matahari terbit atau tenggelam, laut dengan aneka kekayaan terumbu karang maupun ikannya, danau dengan keindahan panoramanya, gunung dengan daya tarik *vulcano*-nya, maupun hutan dan sabana dengan keaslian flora dan faunanya, sungai dengan kejernihan air dan kedahsyatan arusnya, air terjun dengan panorama kecuramannya dan lain sebagainya.
2. Daya tarik wisata budaya; dikemukakan lebih jauh oleh Ismayanti (2011), budaya merupakan hasil rekayasa manusia dalam bentuk rasa, cipta dan karsa manusia. Dalam konteks daya tarik wisata budaya adalah daya tarik wisata yang dikembangkan dengan lebih banyak berbasis pada hasil karya dan hasil cipta manusia, baik yang berupa peninggalan budaya (*situs/heritage*) maupun yang nilai budaya yang masih hidup (*the living culture*) dalam kehidupan di suatu masyarakat, yang dapat berupa: upacara/ritual, adat-istiadat, seni pertunjukan, seni karya, seni sastra dan seni rupa maupun keunikan kehidupan sehari-hari yang dipunyai oleh suatu masyarakat.
3. Daya tarik wisata minat khusus; yang dimaksud dengan daya tarik wisata minat khusus (*special interest*) adalah daya tarik wisata yang dikembangkan dengan lebih banyak berbasis pada aktivitas untuk pemenuhan keinginan wisatawan secara spesifik, seperti: pengamatan satwa tertentu (*birds watching*), memancing (*fishing*), berbelanja (*shopping*), kesehatan dan penyegaran badan (*spa and rejuvenation*), arung jeram,

olahraga (*sports*), wisata agro, *gambling/casino*, menghadiri pertemuan, rapat, perjalanan *incentive* dan pameran atau yang dikenal sebagai wisata MICE (*meeting, incentive, conference, and exhibition*) dan aktivitas-aktivitas wisata minat khusus lainnya yang biasanya terkait dengan hobi atau kegemaran seseorang wisatawan.

Untuk mempromosikan dan menjual produk wisata minat khusus, penyelenggaraannya dapat dikemas menjadi sebuah *events* dan festival yang sangat menarik dan diselenggarakan secara periodik serta terjadwal dalam suatu *Calender of Events* dan dipromosikan secara meluas dan sistimatis.

Menurut pakar wisata seperti Yoeti (1987), dikemukakan bahwa daya tarik dari suatu destinasi merupakan faktor penting dalam rangka mengundang wisatawan untuk mengunjunginya. Agar supaya suatu destinasi dapat menarik wisatawan untuk mengunjunginya, paling tidak harus memenuhi 3 (tiga) syarat utama, yaitu:

1. Destinasi tersebut harus mempunyai apa yang disebut dengan “*something to see*”. Maksudnya, destinasi tersebut harus mempunyai daya tarik khusus yang dapat dilihat oleh wisatawan, disamping itu juga harus mempunyai atraksi wisata yang dapat dijadikan sebagai “*entertainments*” bila orang datang untuk mengunjunginya.
2. Selanjutnya destinasi tersebut juga harus mempunyai “*something to do*”. Selain banyak yang dapat dilihat dan disaksikan, harus juga disediakan beberapa fasilitas rekreasi atau *amusements* dan tempat atau wahana yang bisa digunakan oleh wisatawan untuk beraktivitas seperti olahraga, kesenian maupun kegiatan lain yang dapat membuat wisatawan menjadi betah tinggal lebih lama.
3. Kemudian destinasi juga harus mempunyai “*something to buy*”. Di tempat tersebut harus tersedia barang-barang cinderamata (*souvenir*) seperti halnya kerajinan rakyat setempat yang bisa dibeli wisatawan sebagai oleh-oleh untuk dibawa pulang ke tempat asal masing-masing.

B. Fasilitas Pariwisata

Komponen berikutnya yang juga sangat penting untuk diperhatikan adalah fasilitas pariwisata. Fasilitas atau sarana kepariwisataan ada tiga macam dimana satu dengan yang lainnya saling melengkapi. Ketiga sarana yang dimaksudkan ialah (Yoeti, 1996):

1. Sarana pokok kepariwisataan (*Main Tourism Superstructure*).
Sarana pokok kepariwisataan adalah perusahaan-perusahaan yang hidup dan kehidupannya sangat tergantung pada lalu lintas wisatawan dan *travellers* lainnya. Fungsinya ialah menyediakan fasilitas pokok yang dapat memberikan pelayanan bagi kedatangan wisatawan. Adapun perusahaan yang termasuk dalam kelompok ini ialah:

a. Perusahaan-perusahaan yang usaha kegiatannya mempersiapkan dan merencanakan perjalanan wisatawan (*Receptive Tourist Plant*), seperti: *Travel Agent, Tour Operator, Tourist Transportation* (tourist bus, taxi, coach bus, rent-a-car, dan sebagainya).

b. Perusahaan-perusahaan yang memberikan pelayanan di daerah tujuan ke mana wisatawan pergi (*Residential Tourist Plant*), seperti: hotel, motel, youth hostel, cottages, camping areas, caravanning taverns, dan sebagainya dan catering establishments, seperti: bar dan restoran, coffee shop, cafetaria, grill-room, self-service, dan sebagainya. Dapat pula ditambahkan kantor-kantor pemerintah seperti: tourist information center, government tourist office dan tourist association dapat pula dimasukkan ke dalam kelompok ini, karena mereka juga memberikan pelayanan kepada wisatawan yang datang walaupun tidak langsung.

2. Sarana pelengkap kepariwisataan (*Supplementing Tourism Superstructure*)

Sarana pelengkap kepariwisataan ialah fasilitas-fasilitas yang dapat melengkapi sarana pokok sedemikian rupa, sehingga fungsinya dapat membuat wisatawan lebih lama tinggal di tempat atau di daerah yang dikunjungi (*Recreative and Sportive Plant*).

Termasuk dalam kelompok ini ialah: fasilitas untuk berolah raga, baik dimusim dingin atau musim panas, seperti: ski, golf course, tennis court, swimming-pool, boating facilities, hunting safari dengan segala kelengkapannya.

3. Sarana penunjang kepariwisataan (*Supporting Tourism Superstructure*)

Sarana penunjang kepariwisataan ialah fasilitas yang diperlukan wisatawan (khususnya *business tourist*), yang berfungsi tidak hanya melengkapi sarana pokok dan sarana pelengkap, tetapi fungsinya yang lebih penting adalah agar wisatawan lebih banyak membelanjakan uangnya di tempat yang dikunjungi tersebut. Termasuk ke dalam kelompok ini adalah: night club, steambath, casino, souvenir shop, bioskop, opera.

Amenitas merupakan hal yang sangat diperlukan untuk melayani kebutuhan wisatawan dalam menikmati perjalanan wisatanya. Ketersediaan sarana wisata yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan menunjang terhadap kenyamanan wisatawan untuk tinggal lebih lama di destinasi wisata. Tiara dan Darsiharjo (2013) mengungkapkan ada 7 (tujuh) aspek sarana pariwisata, yaitu akomodasi, restoran, telekomunikasi, sarana kebersihan, sarana kesehatan, tempat peribadatan, dan tempat parkir.

Fasilitas akomodasi pariwisata biasanya dilengkapi dengan fasilitas komplementernya seperti restoran, kolam renang, bar maupun fasilitas *entertainment* yang



lain dan dibedakan ke dalam berbagai jenis dan tingkatan yang merentang mulai dari *home stay*, penginapan/hotel non bintang, hotel berbintang, yang biasanya dibedakan berdasarkan tingkatannya mulai dari hotel bintang 1 (satu) sampai dengan hotel berbintang 5 (lima), maupun jenis-jenis akomodasi khusus seperti: resort, rumah panggung di hutan ataupun rumah tenda untuk kebutuhan berkemah (*camping*). Fasilitas wisata yang perlu dikembangkan dalam aspek amenitas paling tidak terdiri dari (Sunaryo, 2013):

1. Sarana akomodasi.

Perjalanan wisatawan tentu lebih dari satu hari, sehingga membutuhkan fasilitas untuk beristirahat dan menginap. Beberapa jenis akomodasi yang lazim dikenal dalam dunia kepariwisataan di Indonesia adalah hotel, losmen, vila, *inn*, *cottage*, *bungalow*, *home stay*, dan pondok wisata.

2. Sarana rumah makan/restoran.

Tempat atau jasa penyedia makanan dan minuman dikenal sebagai restoran (*restaurant*) kini sangat populer dengan nama singkat resto, kafe (*café*), pub, rumah makan, kedai makan, warung makan, dan kantin. Dilihat dari segi ketersediaan fasilitas tempat, jenis makanan/minuman dan pelayanan yang paling lengkap disebut restoran. Kafe dan pub biasanya hanya menyediakan berbagai jenis minuman, minuman keras (*hard drink*) dan minuman ringan (*soft drink*). Tempat makan yang fasilitas, jenis makanan dan layanan terbatas dikenal sebagai rumah makan, kedai makan, warung makan. Kantin juga tempat makan dan minum biasanya terdapat di kompleks kantor atau sekolah. Bar dan restoran banyak dijumpai di kompleks bisnis, pertokoan, *food court*, kompleks kuliner yang biasanya dimanfaatkan jasanya oleh wisatawan. Di berbagai obyek wisata yang ramai dikunjungi wisatawan manfaat bar dan restoran sangat vital karena dapat memenuhi kebutuhan wisatawan, untuk menikmati makanan dan minuman.

3. Pusat informasi wisata.

Setiap kantor pusat informasi wisata memiliki segala informasi yang dibutuhkan seputar destinasi yang dikunjungi. Pusat informasi wisata memiliki informasi lengkap seputar lokasi dan daerah wisata (seperti atraksi, restoran, dan acara), tips mengenai penginapan, peta dan rencana berjalan-jalan atau wisata dengan kendaraan, dan wisata dengan pemandu.

4. Pusat/toko cinderamata.

Tersedianya pusat/toko cinderamata mempermudah wisatawan untuk membeli dan membawa pulang cinderamata yang dijadikan sebagai oleh-oleh bagi keluarga atau

teman di tempat asal maupun sebagai sesuatu barang yang dapat mengingatkan atau menjadi kenang-kenangan berwisata di destinasi. Cinderamata suatu destinasi biasanya adalah barang-barang khas atau barang yang dapat menggambarkan destinasi tersebut, dengan melihat bentuk dan tulisannya masyarakat dapat mengetahui darimana cinderamata tersebut berasal. Sehingga cinderamata juga dapat dijadikan media promosi destinasi yang akan membuat masyarakat mengenal dan mengunjungi destinasi tersebut.

5. Pos keamanan dan kesehatan.

Pos keamanan dan kesehatan merupakan fasilitas pelayanan sosial yang penting di daerah pariwisata. Pelayanan tersebut mencakup keamanan umum sehingga wisatawan merasa aman ketika berada di destinasi dan pelayanan-pelayanan pengobatan serta tenaga medis ketika wisatawan mengalami sakit ataupun hal yang tidak diinginkan seperti cedera ketika menikmati atraksi dan sebagainya.

6. Biro perjalanan wisata.

Biro perjalanan wisata ialah usaha jasa yang menyiapkan paket wisata. Adanya biro perjalanan wisata di suatu destinasi memudahkan wisatawan untuk melakukan kegiatan wisata karena biro perjalanan wisata menyajikan jasa pelayanan pengaturan perjalanan wisatawan yang mencakup jasa perencanaan perjalanan, jasa pelayanan transportasi, pemesanan akomodasi, pemesanan dan pelayanan tiket, dan jasa pengurusan dokumen perjalanan.

C. Aksesibilitas

Yang dimaksud dengan aksesibilitas dalam pengertian ini adalah segala fasilitas dan moda angkutan yang memungkinkan dan memudahkan serta membuat nyaman wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi.

Beberapa jenis aksesibilitas dan fasilitas transportasi tadi biasanya dibedakan ke dalam berbagai jenis yang meliputi: transportasi darat termasuk kereta api dan angkutan penyeberangan; transportasi laut termasuk kapal pesiarnya; dan transportasi udara dengan penerbangan komersial maupun penerbangan carter (*charter flight*), yang semuanya berfungsi sebagai sarana dan fasilitas pendukung bagi pergerakan wisatawan dari satu tempat ke tempat lainnya. Pertumbuhan wisatawan pada destinasi tertentu berhubungan erat dengan penyediaan dan tingkat pembangunan dalam sistem transportasi. Dalam konteks perkotaan yang merupakan suatu kawasan yang kompleks yang mana kegiatannya tidak hanya berpusat pada wisata, Wahdiniwati (2013) menyimpulkan ada 4 (empat) alat



ukur yang digunakan untuk aksesibilitas wisata kota di negara berkembang yaitu kemudahan akses, kualitas jalan, fasilitas parkir, dan waktu mengemudi.

Aksesibilitas tidak hanya menyangkut kemudahan transportasi bagi wisatawan untuk mencapai sebuah tempat wisata atau destinasi tertentu, akan tetapi juga waktu yang dibutuhkan, tanda petunjuk arah menuju lokasi wisata dan perangkat terkait lainnya. Menurut French (1996), faktor-faktor yang terkait dan penting dengan aspek aksesibilitas wisata kota meliputi: *road signage, access to tourist attractions, regional airports and ground transport, time taken to reach destination, the cost of travelling to the destination, and the frequency of transport to the destination.*

D. Fasilitas Umum

Yang dimaksud dengan fasilitas pendukung dalam pengertian ini adalah keseluruhan jenis fasilitas yang berupa prasarana fisik seperti komponen pendukung perhubungan: pelabuhan, bandara, stasiun kereta api dan jaringan telekomunikasi serta beberapa fasilitas fisik yang lain seperti jaringan listrik, air minum, toilet dan sebagainya. Sistem pelayanan umum yang memadai sangat penting artinya bagi pengembangan pariwisata yang layak. Di beberapa tempat, sistem ini sudah ada atau disediakan oleh hotel-hotel yang besar. Di daerah-daerah yang lain, sistem-sistem ini harus diperbaiki dan ditingkatkan baik kapasitas maupun kualitasnya atau harus dibangun sistem yang baru.

Seperti yang dijelaskan pada Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, dijelaskan ketentuan koordinasi strategis bidang prasarana umum dilakukan dengan instansi pemerintah dalam hal ketersediaan dan keterpeliharaan:

1. Prasarana jalan menuju dan di lingkungan destinasi wisata.
2. Air bersih untuk fasilitas umum dan fasilitas pariwisata di destinasi wisata.
3. Listrik untuk fasilitas umum dan fasilitas pariwisata di destinasi wisata.
4. Sarana telekomunikasi untuk fasilitas umum dan fasilitas pariwisata di destinasi wisata.
5. Sistem pembuangan air kotor, sampah, dan sanitasi.

E. Masyarakat

Yang dimaksud dengan masyarakat/sumber daya manusia pariwisata dalam pengertian ini adalah keseluruhan unsur organisasi atau institusi pengelola kepariwisataan dan termasuk sumber daya manusia pendukungnya, yang terkait dengan manajemen pengelolaan kepariwisataan di suatu destinasi, baik dari unsur pemerintah, swasta/industri dan masyarakat. Beberapa contoh kelembagaan dan SDM pariwisata yang memegang peranan penting dalam manajemen pengelolaan kepariwisataan di Indonesia, misalnya:

Dinas Pariwisata beserta keseluruhan Unit Pelaksana Teknis-nya, Asosiasi Industri Perjalanan Wisata (ASITA), Persatuan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI), Asosiasi Jasa Pemandu Wisata, Kelompok Sadar Wisata maupun Masyarakat Pariwisata yang terkait dengan kepariwisataan, baik sebagai tenaga kerja, pelaku usaha maupun sebagai tuan rumah (*host*) dalam suatu destinasi.

Dalam konteks pemberdayaan masyarakat, Murphy (1988) memberikan beberapa pengertian dengan kisi-kisi ciri pembatasan sebagai berikut:

1. Wujud tata kelola kepariwisataan yang memberikan kesempatan kepada masyarakat lokal untuk mengontrol dan terlibat aktif dalam manajemen dan pembangunan kepariwisataan yang ada.
2. Wujud tata kelola kepariwisataan yang dapat memberikan kesempatan pada masyarakat yang tidak terlibat langsung dalam usaha-usaha kepariwisataan juga bisa mendapatkan keuntungan dari kepariwisataan yang ada.
3. Bentuk kepariwisataan yang menurut pemberdayaan secara sistematis dan demokratis serta distribusi keuntungan yang adil kepada masyarakat yang kurang beruntung yang ada di destinasi.

Dengan mendasarkan pada konsep pemberdayaan masyarakat dalam pembangunan kepariwisataan, maka upaya pemberdayaan masyarakat melalui kepariwisataan pada hakekatnya harus diarahkan pada beberapa hal sebagai berikut (Sunaryo, 2013):

1. Meningkatnya kapasitas, peran dan inisiatif masyarakat sebagai subyek atau pelaku penting dalam pengembangan kepariwisataan.
2. Meningkatnya posisi dan kualitas keterlibatan/partisipasi masyarakat dalam pengembangan kepariwisataan.
3. Meningkatnya dampak nilai manfaat positif pembangunan kepariwisataan bagi kesejahteraan masyarakat.

Davis (dalam Sastropetro, 1986) mengemukakan adanya beberapa bentuk dan jenis partisipasi, yaitu:

1. Bentuk partisipasi.
 - a. Sumbangan spontan dalam bentuk barang atau jasa.
 - b. Mendirikan/melaksanakan proyek pariwisata yang sifatnya berdikari dan donornya berasal dari sumbangan industri/instansi yang berada di luar lingkungan tertentu.
 - c. Mendirikan/melaksanakan proyek pariwisata yang sifatnya berdikari dan dibiayai seluruhnya oleh komunitas masyarakat.



d. Mengadakan pembangunan pariwisata di kalangan sendiri (internal).

2. Jenis-jenis partisipasi.

- a. Pikiran (*psychological participation*).
- b. Tenaga (*phsycal participation*).
- c. Pikiran dan tenaga (*psychological and phsycal participation*).
- d. Barang (*Matrial Participation*).
- e. Uang (*Money Participation*).

Peranan masyarakat pada kegiatan kepariwisataan dapat dibagi menjadi 3 sebagai berikut (Fandeli, 2000):

1. *Co-Ownership* adalah pemanfaatan dan perlindungan dilaksanakan bersama berdasarkan pada nilai kemajuan teknologi dan kearifan budaya lokal. Peran antara masyarakat dengan pemerintah atau swasta sama-sama memiliki nilai kepentingan dari kegiatan pariwisata. Kepariwisataan tidak berjalan atau terwujud apabila antara masyarakat dengan pemerintah atau swasta belum mencapai kesepakatan untuk saling bekerja sama. Masyarakat berperan sebagai 100% pemilik atau penyedia penuh atraksi dari obyek daya tarik wisata yang ada. Pemerintah atau swasta hanya berkontribusi sebagai regulator, investor atau promotor kepada wisatawan. apabila dijabarkan peranan masing-masing stakeholders dapat dilihat sebagai berikut.

- Masyarakat sebagai pemilik dan pengelola dari obyek daya tarik wisata.
- Pemerintah sebagai pengawas dan promotor obyek daya tarik wisata kepada wisatawan.
- swasta sebagai investor obyek daya tarik wisata.

2. *Co-Operation* adalah pengaturan peran masing-masing oleh masyarakat dan seluruh *stakeholder*. Peran masyarakat diatur oleh kebijakan dari pemerintah atau swasta dalam upaya keterlibatan masyarakat pada kegiatan pariwisata. Obyek daya tarik wisata yang ada dimiliki oleh pemerintah atau swasta, yang biasanya masyarakat menjadi bagian dari pengelola wisata atau penyedia barang seperti makanan dan minuman serta jasa seperti pemandu wisata. Adanya pembagian peran antara masyarakat dengan pemerintah atau swasta.

- Masyarakat sebagai pengelola dari obyek daya tarik wisata.
- Pemerintah sebagai pemilik atau pengawas dan promotor obyek daya tarik wisata kepada wisatawan.

- swasta sebagai pemilik atau investor dan promotor obyek daya tarik wisata kepada wisatawan.

3. *Co-responsibility* adalah adanya tanggung jawab bersama terhadap masing-masing *stakeholder*. Peran masyarakat serta pemerintah maupun swasta sudah terbagi sesuai kapasitasnya. Masyarakat sebagai penduduk sekitar obyek wisata memiliki tanggung jawab dalam menjaga ketertiban dan kenyamanan suasana lingkungan demi kelancaran aktivitas para wisatawan. Obyek daya tarik wisata yang ada 100% diatur dan dikelola sepenuhnya oleh pihak pemerintah atau swasta.

- Masyarakat sebagai pengunjung obyek daya tarik wisata.
- Pemerintah sebagai pengawas, pemilik, pengelola dan promotor obyek daya tarik wisata kepada wisatawan.
- swasta sebagai pemilik, pengelola, investor dan promotor obyek daya tarik wisata kepada wisatawan.

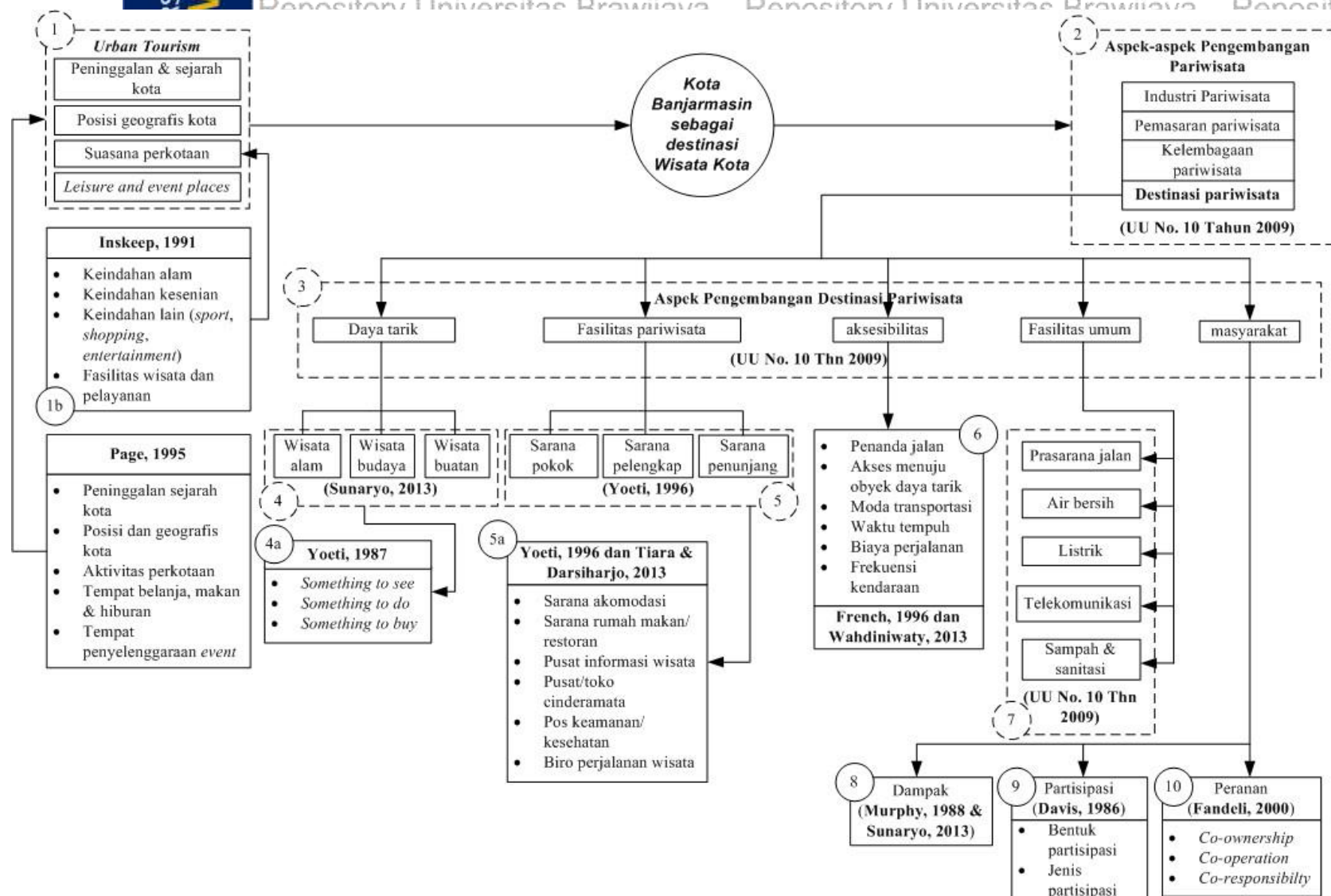
2.5 Kerangka Teori

Gambar 2.2 kerangka teori berikut menjelaskan mengenai teori-teori yang dipakai dalam penelitian ini:

1. Teori nomor 1 mengenai wisata perkotaan (*urban tourism*) terdiri dari sejarah dan peninggalan kota, posisi geografis, suasana perkotaan, dan tempat-tempat untuk menghabiskan waktu luang maupun untuk mengadakan kegiatan. Teori ini juga didukung dengan teori nomor 1a dari Page (1995) dan teori nomor 1b dari Inskeep (1991) mengenai suasana perkotaan yang dapat dijadikan daya tarik wisata. Teori ini sebagai teori pembuka untuk mendukung atau mengkategorikan bahwa Kota Banjarmasin dapat dianggap sebagai kota daerah tujuan pariwisata yang sesuai dengan elemen-elemen *urban tourism*.
2. Teori nomor 2 adalah teori mengenai aspek-aspek dalam pengembangan pariwisata yaitu industri pariwisata, pemasaran, kelembagaan pariwisata dan destinasi pariwisata berdasarkan Undang-undang nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata. Teori ini merupakan lanjutan dari pernyataan Kota Banjarmasin sebagai Kota Wisata yang mana dalam pengembangannya terdapat berbagai macam aspek seperti yang dijabarkan dan terutama untuk penelitian ini difokuskan kepada aspek Kota Banjarmasin sebagai destinasi pariwisata.



3. Teori nomor 3 merupakan penjabaran aspek-aspek pengembangan destinasi pariwisata yang diambil dari Undang-undang nomor 10 tahun 2009 yaitu daya tarik, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, fasilitas umum, dan masyarakat.
4. Teori nomor 4 merupakan teori terusan dari aspek daya tarik yang membagi jenis-jenis daya tarik menjadi 3 (tiga) menurut Suanryo (2013) yaitu daya tarik alam, budaya, dan buatan.
5. Teori nomor 4a adalah teori lanjutan dari teori nomor 4 yang dikemukakan oleh Yoeti (1986) mengenai penjelasan syarat-syarat daya tarik agar dapat menarik wisatawan ke destinasi.
6. Teori nomor 5 merupakan teori terusan dari aspek fasilitas pariwisata yang membagi jenis-jenis fasilitas menjadi 3 (tiga) menurut Yoeti (1996), yaitu sarana pokok, pelengkap, dan penunjang.
7. Teori nomor 5a adalah teori lanjutan dari teori nomor 5 yang dikemukakan oleh Sunaryo (2013) ditambah dengan pendapat dari Tiara dan Darsiharjo (2013) mengenai jenis-jenis fasilitas pariwisata perkotaan yang termasuk didalamnya fasilitas pokok, pelengkap, dan penunjang.
8. Teori nomor 6 oleh French (1996) dan Wahdiniwaty (2013) menjelaskan mengenai komponen-komponen aksesibilitas dari destinasi pariwisata khususnya dalam wisata kota.
9. Teori nomor 7 mengenai fasilitas umum dalam destinasi pariwisata terutama di perkotaan diambil dari Undang-undang nomor 10 tahun 2009 antara lain prasarana jalan, air bersih, listrik, telekomunikasi, sanitasi dan sampah.
10. Teori nomor 8 merupakan teori dari Murphy (1988) dan Sunaryo (2013) yang menjelaskan aspek masyarakat pada destinasi pariwisata memiliki dampak yang diterima dari kegiatan kepariwisataan tersebut.
11. Teori nomor 9 mengenai partisipasi masyarakat dikemukakan oleh Davis (1986). Partisipasi masyarakat di destinasi pariwisata dapat dilihat dari bentuk dan jenis partisipasinya.
12. Teori nomor 10 adalah teori dari Fandeli (2000) mengenai peranan masyarakat di destinasi pariwisata. Terdapat 3 (tiga) peranan dari masyarakat dalam kegiatan kepariwisataan, yaitu *co-ownership*, *co-operation*, dan *co-responsibility*.



Gambar 2.2 Kerangka Teori

2.6 Studi Terdahulu

Tabel 2.2 Studi Terdahulu

No.	Judul Penelitian	Sumber Penelitian	Tujuan	Variabel	Metode	Hasil	Kontribusi bagi penelitian yang akan dilakukan
1.	Analisis potensi pariwisata di pulau karimun provinsi kepulauan riau (T. Putri Tiara, 2013)	Skrripsi	<ul style="list-style-type: none"> • Mengidentifikasi potensi wisata • Menganalisis persepsi wisatawan tentang kemenarikan DTW • Membuat strategi pengembangan pariwisata 	Potensi fisik: <ul style="list-style-type: none"> • Iklim: <ul style="list-style-type: none"> a. Suhu b. Curah hujan c. Kebersihan udara • Morfologi <ul style="list-style-type: none"> a. Bentuk lahan b. Tutupan vegetasi • Hidrologi <ul style="list-style-type: none"> a. Kualitas air b. Jarak sumber air dan daya tarik wisata Aksesibilitas: <ul style="list-style-type: none"> • Jenis jalan • Waktu tempuh • Kondisi jalan • Transportasi Sarana dan prasarana: <ul style="list-style-type: none"> • Akomodasi • Restoran • Telekomunikasi • Sarana kebersihan • Sarana kesehatan • Tempat peribadatan • Tempat parkir 	Metode kualitatif kuantitatif: <ul style="list-style-type: none"> • Skoring • SWOT 	<ul style="list-style-type: none"> • Menambah dan memperbaiki kualitas sarana dan prasarana di setiap daya tarik wisata Pulau Karimun • Mengembangkan potensi daya tarik wisata yang dimiliki Pulau Karimun seperti event-event wisata • Membuka jaringan kerjasama dan promosi guna menarik investor untuk dapat mengembangkan wisata di Pulau Karimun 	<ul style="list-style-type: none"> • Penggunaan variabel penelitian • Penggunaan metode untuk tema pariwisata • Arahan konsep pengembangan kawasan wisata
2.	Arahan pengembangan kawasan cagar budaya singopuri	Skrripsi	<ul style="list-style-type: none"> • Identifikasi potensi yang berpengaruh dalam pengembangan kawasan cagar budaya 	<ul style="list-style-type: none"> • Jenis bangunan yang memiliki nilai sejarah • Lokasi cagar budaya sebagai tempat 	Analisis teoritical deskriptif dan	<ul style="list-style-type: none"> • Terdapat 3 zona pengembangan yang membagi secara jelas masing-masing area 	<ul style="list-style-type: none"> • Penggunaan variabel penelitian • Penggunaan

No.	Judul Penelitian	Sumber Penelitian	Tujuan	Variabel	Metode	Hasil	Kontribusi bagi penelitian yang akan dilakukan
	malang sebagai <i>heritage tourism</i> (Rima Dewi Suprihardjo, 2014)		<p>Singosari Malang sebagai <i>heritage tourism</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Identifikasi Kendala yang berpengaruh dalam pengembangan kawasan cagar budaya Singosari Malang sebagai <i>heritage tourism</i> • Analisis faktor-faktor yang berpengaruh dalam pengembangan kawasan cagar budaya Singosari Malang sebagai <i>heritage tourism</i> • Perumusan arahan pengembangan kawasan cagar budaya Singosari Malang sebagai <i>heritage tourism</i> 	<p>terjadinya sejarah</p> <ul style="list-style-type: none"> • Jumlah bangunan cagar budaya yang menjasi <i>landmark</i> • Jumlah komunitas cagar budaya • Jumlah kegiatan perlindungan yang dilakukan pemerintah • Ragam tradisi budaya yang ada • Jarak kawasan cagar budaya terhadap pusat kota • Kondisi jalan menuju cagar budaya • Sarana transportasi menuju cagar budaya • Kondisi bangunan cagar budaya yang utuh bentuknya • Jumlah tenaga kerja yang mengelola • Jumlah rumah makan • Keikutsertaan masyarakat dalam menjaga bangunan cagar budaya • Keikutsertaan sektor swasta dalam pengembangan bangunan cagar budaya • Jenis produk wisata cagar budaya 	<p>skoring</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analisis deskriptif dan analisis delphi • <i>Content analysis</i> 	<p>kawasan secara spasial yaitu zona inti, zona pendukung langsung dan zona pendukung tidak langsung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Arahan mikro dan makro kawasan yang dibagi kedalam arahan spasial dan non-spasial untuk mengembangkan kawasan cagar budaya Singosari Malang sebagai <i>heritage tourism</i> 	<p>metode untuk tema pariwisata</p> <ul style="list-style-type: none"> • Arahan konsep pengembangan kawasan wisata

No.	Judul Penelitian	Sumber Penelitian	Tujuan	Variabel	Metode	Hasil	Kontribusi bagi penelitian yang akan dilakukan
				<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat promosi • Jumlah fasilitas pertunjukkan kesenian • Jumlah fasilitas perbelanjaan/pertokoan • Jumlah penginapan • Jumlah tempat parkir 			
3.	Pengembangan Kawasan Wisata Balekambang Kabupaten Malang (Sriyanti Andayani, 2012)	Tesis	<ul style="list-style-type: none"> • Identifikasi karakteristik kawasan wisata Balekambang • Identifikasi potensi dan masalah kawasan wisata Balekambang • Membuat konsep pengembangan kawasan wisata Balekambang 	Fisik: <ul style="list-style-type: none"> • Kondisi fisik dasar • Sarana dan prasarana • Aksesibilitas • Daya tarik wisata Ekonomi <ul style="list-style-type: none"> • Aktivitas ekonomi masyarakat Sosial <ul style="list-style-type: none"> • Wisatawan • Kebijakan pariwisata • Persepsi 	Analisis deskriptif: <ul style="list-style-type: none"> • Tinjauan kebijakan • Analisis <i>linkage system</i> • Analisis partisipatif • Analisis pemasaran wisata • Analisis prediksi wisatawan • Analisis <i>supply demand</i> Analisis Evaluatif: <ul style="list-style-type: none"> • Analisis akan masalah dan pohon tujuan • Analisis potensi 	Karakteristik kawasan wisata Balekambang: <ul style="list-style-type: none"> • <i>Something to see</i> berupa pemandangan alam dan upacara adat/keagamaan • <i>Something to do</i> berupa aktifitas di taman bermain, berkemah, <i>hiking</i>, kunjungan ke Pura Sagara Amertajati, memancing dan olahraga air • <i>Something to buy</i> berupa warung makan, barang oleh-oleh dan souvenir • Tipologi wisatawan didominasi jenis kelamin laki-laki (63,4%) dengan tujuan untuk berekreasi (63,8%) dan lama kunjungan 3-6 jam (34,6%) • Terdapat 6,7% permintaan wisatawan yang belum bisa dipenuhi oleh kawasan wisata Balekambang • Rata-rata pertumbuhan jumlah kunjungan wisatawan adalah 8,62% 	<ul style="list-style-type: none"> • Penggunaan variabel penelitian • Penggunaan metode untuk tema pariwisata • Arahan konsep pengembangan kawasan wisata

No.	Judul Penelitian	Sumber Penelitian	Tujuan	Variabel	Metode	Hasil	Kontribusi bagi penelitian yang akan dilakukan
					masalah Analisis preskriptif: • AHP • SWOT (IFAS EFAS)	per tahun Potensi: • Topografi yang landai • Keindahan alam • Letak kawasan wisata yang berdekatan dengan obyek wisata lain • Adanya atraksi budaya dan agama tahunan • Kerjasama antar pengelola dengan masyarakat • Kebijakan pemerintah yang mendukung • Pengadaan kalender wisata • Rencana pembangunan JLS • Kemajuan teknologi sebagai sarana promosi Permasalahan: • Kebersihan kurang • Pencemaran kualitas lingkungan • Aksesibilitas sulit • Objek belum dikaitkan dengan objek wisata lain • Keterbatasan jenis atraksi wisata • Jenis barang dagangan dan souvenir terbatas • Kondisi dan kuantitas sarana prasarana kurang mendukung • PKL yang belum teratur serta tingkat pelayanan belum optimal	

No.	Judul Penelitian	Sumber Penelitian	Tujuan	Variabel	Metode	Hasil	Kontribusi bagi penelitian yang akan dilakukan
						<ul style="list-style-type: none"> • Kurang usaha promosi • Persaingan dan pengelolaan kawasan wisata yang kurang baik <p>Konsep pengembangan:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Penambahan atraksi budaya • Meningkatkan partisipasi masyarakat dalam menjaga kualitas lingkungan • Meningkatkan kualitas dan kuantitas sarana prasarana pendukung pariwisata • Memanfaatkan jaringan jalan JLS • Pendidikan dan pelatihan SDM 	
4.	Analisis Penawaran dan Permintaan Wisata dalam Pengembangan Potensi Pariwisata di Keraton Surakarta Hadiningrat (Aris Suprpto, 2005)	Tesis	<ul style="list-style-type: none"> • Mengetahui komponen penawaran dan permintaan wisata • Menganalisis komponen permintaan dan penawaran wisata • Menganalisis pengelolaannya dalam pengembangan potensi pariwisata di Keraton Surakarta Hadiningrat 	<p>Penawaran:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Atraksi dan fisik kawasan • Aksesibilitas • Sarana wisata <p>Permintaan:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Informasi dan promosi • Definisi wisatawan • Preferensi wisatawan 	<ul style="list-style-type: none"> • Analisis deskriptif • <i>Boston Consulting Group</i> (BCG) • Analisis pengelolaan • SWOT 	<ul style="list-style-type: none"> • Posisi penawaran dan permintaan wisata dalam matriks BCG pada kuadran ketiga atau <i>Problem Children</i>, atau anak bermasalah berarti penawaran tinggi tetapi permintaan rendah • Keraton Surakarta Hadiningrat menyimpan keunikan dan daya tarik serta potensi yang bisa dikembangkan lebih dalam lagi dengan pengelolaan yang profesional <p>Hasil SWOT:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mengoptimalkan kekuatan yang dimiliki yaitu sebagai 	<ul style="list-style-type: none"> • Penggunaan variabel penelitian • Penggunaan metode untuk tema pariwisata • Arahan konsep pengembangan kawasan wisata

No.	Judul Penelitian	Sumber Penelitian	Tujuan	Variabel	Metode	Hasil	Kontribusi bagi penelitian yang akan dilakukan
						<p>daya tarik wisata budaya, kemudahan aksesibilitas dan lokasinya di pusat pertumbuhan ekonomi dengan minat berinvestasi yang tinggi</p> <ul style="list-style-type: none"> • Meningkatkan sarana promosi dan informasi • Membuka pasar baru dengan mengoptimalkan Bandara Internasional Adi Sumarno Surakarta dan kerjasama dengan obyek wisata sejenis • Menjalin kerjasama dengan pihak swasta dan kerjasama dalam satu kawasan Subosukowonosraten • Meningkatkan pelayanan dan kenyamanan bagi para pengunjung dan membuka akses yang lebih luas bagi wisatawan • Pengelolaan yang lebih professional dan bertanggung jawab serta memperhatikan keraton sebagai cagar budaya • Perlu segera adanya penyelesaian konflik internal keraton • Peluang potensial investasi didorong untuk ikut bertanggung jawab dalam 	

No.	Judul Penelitian	Sumber Penelitian	Tujuan	Variabel	Metode	Hasil	Kontribusi bagi penelitian yang akan dilakukan
						konservasi budaya dan lingkungan	
5.	Kajian Komponen Penawaran dan Permintaan Wisata sebagai Penunjang Kepariwisata Budaya Kota Cirebon (Hendro Nursingih, 2001)	Tesis	<ul style="list-style-type: none"> • Mengidentifikasi dan mengkaji komponen dan permintaan wisata Kota Cirebon sebagai upaya mendukung kepariwisataan yang ada • Menganalisis komponen penawaran dan permintaan wisata yang ada • Menentukan posisi komponen permintaan dan komponen penawaran wisata yang ada 	Penawaran: <ul style="list-style-type: none"> • Potensi produk wisata • Akomodasi • Transportasi • Infrastruktur • Fasilitas Permintaan: <ul style="list-style-type: none"> • Karakteristik wisatawan terhadap produk wisata 	<ul style="list-style-type: none"> • Analisis kondisi produk wisata • Analisis karakteristik wisatawan • <i>Boston Consulting Group</i> (BCG) 	Penawaran wisata untuk Kota Cirebon dikatakan sudah tinggi dalam mendukung kegiatan kepariwisataan yang ada namun permintaan wisata rendah, hal ini disebabkan karena: <ul style="list-style-type: none"> • Masih kurang baiknya pengelolaan obyek wisata • Promosi yang kurang efektif • Jenis atraksi wisata yang ada di Kota Cirebon hanya pada satu jenis saja • Kurangnya fasilitas pendukung di obyek wisata 	<ul style="list-style-type: none"> • Penggunaan variabel penelitian • Penggunaan metode untuk tema pariwisata • Arahan konsep pengembangan kawasan wisata
6.	Prioritas Pengembangan Obyek-Obyek Wisata Air di Kawasan Rawa Pening Kabupaten Semarang (Agnes Yuliasri W., 2005)	Skripsi	<ul style="list-style-type: none"> • Mengidentifikasi potensi, peluang, kendala, dan ancaman yang dihadapi dalam rangka pengembangan atraksi wisata air • Menganalisa situasi awal pengembangan atraksi wisata air berdasarkan pertumbuhan produk dan kondisi pasar wisatawan • Menganalisa penilaian atraksi wisata air berdasarkan 	Penawaran: <ul style="list-style-type: none"> • Karakteristik kawasan wisata Permintaan: <ul style="list-style-type: none"> • Sosio-ekonomis/geografis • Tujuan perjalanan • Geografis • Produk wisata • Motivasi • Persepsi dan harapan wisatawan 	<ul style="list-style-type: none"> • Analisis SWOT • <i>Boston Consulting Group</i> (BCG) • Analisis <i>A Priori Segmentatio</i>n • Analisis deskriptif kualitatif 	<ul style="list-style-type: none"> • Potensi kawasan wisata Rawa Pening baik ditinjau dari letak geografis yaitu merupakan titik temu perjalanan Solo-Semarang-Yogyakarta, dari keindahan alamnya yaitu merupakan perpaduan antara telaga, gunung berapi, kebun kopi, dan didukung oleh kebijakan Pemerintah Daerah Propinsi Jawa Tengah dan Kabupaten Semarang • Kendala didalam pengembangan wisata air 	<ul style="list-style-type: none"> • Penggunaan variabel penelitian • Penggunaan metode untuk tema pariwisata • Arahan konsep pengembangan kawasan wisata

No.	Judul Penelitian	Sumber Penelitian	Tujuan	Variabel	Metode	Hasil	Kontribusi bagi penelitian yang akan dilakukan
			permintaan dan penawaran wisata			<p>di Rawa Pening antara lain adalah terdapatnya enceng gondok yang menutup sebagian besar permukaan telaga/rawa</p> <ul style="list-style-type: none"> Kawasan wisata air Rawa Pening termasuk dalam kategori yang memiliki pertumbuhan produk rendah dengan pasar yang tinggi (Kuadran <i>Cash Cows</i>) 	

“Halaman ini sengaja dikosongkan”



BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Definisi Operasional

Definisi operasional digunakan untuk mengartikan beberapa definisi yang masih memiliki makna yang luas atau belum dapat secara langsung dipahami oleh pembaca atau orang awam. Definisi operasional juga digunakan sebagai acuan maupun batasan dalam pembahasan di penelitian ini. Berikut merupakan definisi operasional dari penelitian “Pengembangan Pariwisata Kota Banjarmasin Menggunakan Aspek-Aspek Destinasi Wisata”.

A. Aspek Destinasi

Pariwisata merupakan aktivitas yang sangat kompleks, yang dapat dipandang sebagai suatu sistem yang mempunyai komponen seperti ekonomi, ekologi, politik, sosial, budaya, wilayah atau keruangan, dan seterusnya. Dalam pengembangannya tidak hanya satu komponen yang dikembangkan, tetapi keseluruhan sistem yang membangun kepariwisataan. Oleh karena itu untuk membatasi pembahasan pada penelitian ini agar sesuai dengan bidang ilmu yang diterapkan maka aspek destinasi pariwisata yang dimaksud adalah aspek-aspek yang dijelaskan pada Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata dalam pembangunan destinasi pariwisata, yaitu daya tarik, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, fasilitas umum, dan masyarakat.

B. Pariwisata Kota

Perkotaan umumnya memiliki nilai-nilai sejarah dan budaya pembentuk elemen perkotaan yang menjadi potensi daya tarik wisata. Nilai-nilai tersebut tidak diteliti secara detail pada penelitian ini, namun penelitian terfokus pada elemen perkotaan yang terbentuk dari kegiatan pariwisata seperti daya tarik perkotaan yang membuat para wisatawan berkunjung, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, dan fasilitas umum yang menunjang sehingga wisatawan betah dan merasa nyaman, serta masyarakatnya yang berperan sebagai tuan rumah dalam menyambut para wisatawan.

3.2 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan rasional yang bersumber pada teori dan fakta yang ada di lapangan. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif yang bersifat kualitatif dan evaluatif yang berguna untuk mendapatkan data primer maupun

sekunder kemudian dianalisa untuk memperoleh hasil penelitian sesuai dengan tujuan penelitian.

3.3 Variabel Penelitian

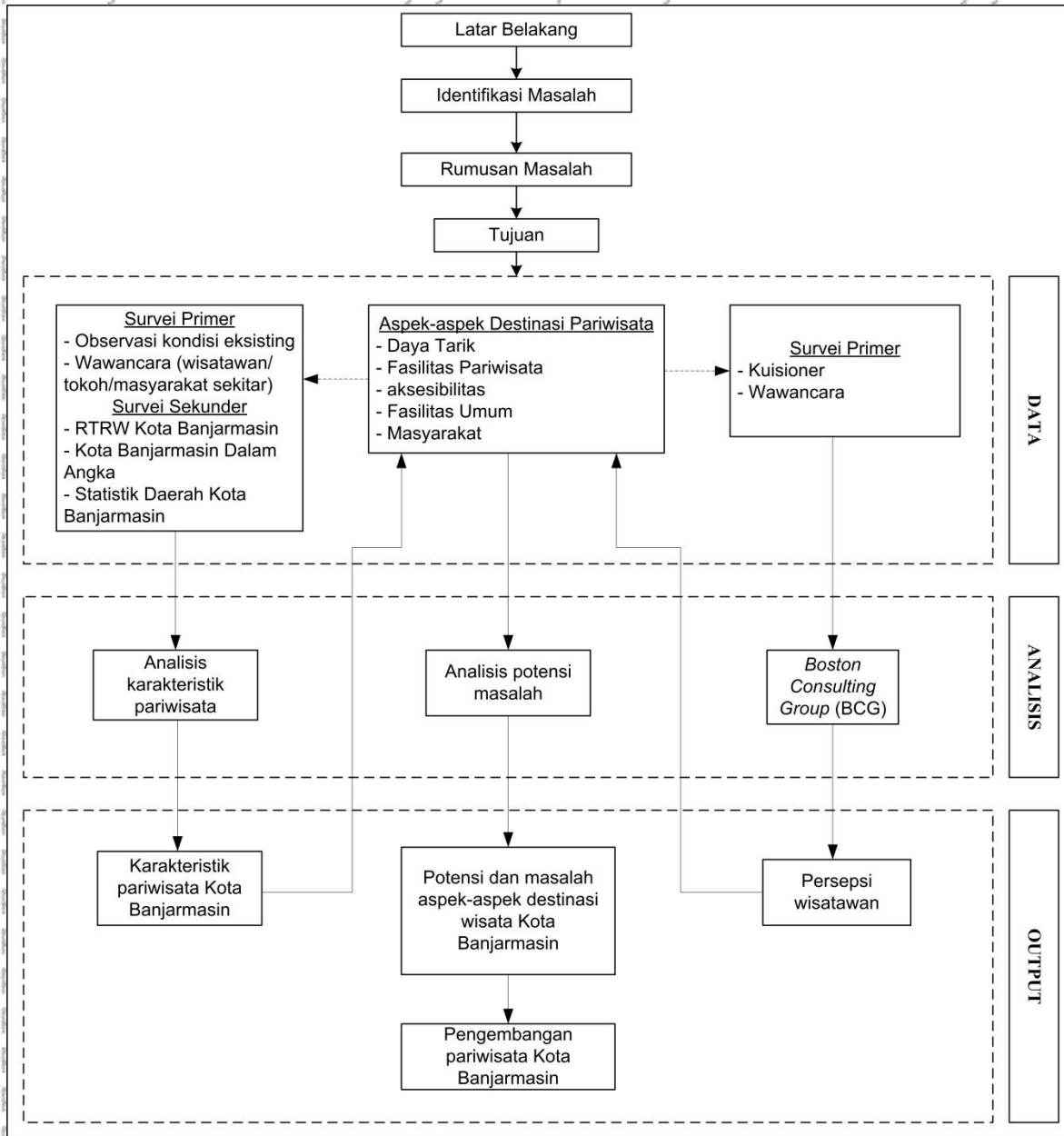
Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat, nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Berdasarkan teori dan beberapa pandangan dari hasil studi yang pernah dilakukan, maka ditetapkan variabel yang akan dibahas dan diteliti dalam penelitian ini:

Tabel 3.1 Variabel penelitian

No.	Variabel	Sub Variabel	Sumber Teori
1.	Daya tarik	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Something to see</i> • <i>Something to do</i> • <i>Something to buy</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Yoeti, 1987 • Sunaryo, 2013
2.	Fasilitas Pariwisata	<ul style="list-style-type: none"> • Sarana akomodasi • Sarana rumah makan/restoran • Pusat informasi wisata • Pusat/toko cinderamata • Pos keamanan dan kesehatan • Biro perjalanan wisata • Penanda jalan • Akses menuju obyek daya tarik 	<ul style="list-style-type: none"> • Yoeti, 1996 • Tiara & Darsiharjo, 2013
3.	Aksesibilitas	<ul style="list-style-type: none"> • Moda transportasi • Waktu tempuh • Biaya perjalanan • Frekuensi kendaraan 	<ul style="list-style-type: none"> • French, 1996 • Wahdiniwaty, 2013
4.	Fasilitas Umum	<ul style="list-style-type: none"> • Prasarana jalan • Air bersih • Listrik • Telekomunikasi • Sampah dan sanitasi 	UU Nomor 10 Tahun 2009
5.	Masyarakat	<ul style="list-style-type: none"> • Dampak • Partisipasi • Peranan 	<ul style="list-style-type: none"> • Davis, 1986 • Murphy, 1988 • Fandeli, 2000

3.4 Diagram Alir

Diagram alir penelitian merupakan alur yang dilakukan dalam kegiatan penelitian. Diagram alir dibuat untuk mengetahui langkah-langkah dan mempermudah peneliti dalam proses penelitian. Alur penelitian dimulai dari tujuan yang ingin dicapai, cara memperoleh data, dan analisis yang digunakan sehingga diperoleh hasil penelitian dan rekomendasi penelitian.



Gambar 3.1 Diagram Alir

3.5 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah survei primer dan survei sekunder. Survei primer yang dilakukan adalah melakukan observasi secara langsung dan wawancara terbatas terhadap pihak-pihak yang berkaitan langsung dengan kegiatan pariwisata untuk menambah informasi mengenai kondisi eksisting yang diteliti. Selain itu terdapat kuisioner yang ditujukan kepada wisatawan-wisatawan yang berkunjung ke obyek daya tarik wisata untuk mengetahui persepsi wisatawan berkaitan dengan kepariwisataan dalam pengembangan destinasi pariwisata.

Survei sekunder juga dilakukan untuk mengumpulkan data-data yang dianggap perlu untuk mendukung kegiatan penelitian ini. Data-data yang dibutuhkan terdiri dari RTRW Kota Banjarmasin, RIPP Kalimantan Selatan, Banjarmasin Dalam Angka, peta administrasi Kota Banjarmasin, database destinasi wisata Kota Banjarmasin, dan rencana pengembangan destinasi Kota Banjarmasin. Tabel 3.2 berikut menjelaskan data yang dibutuhkan serta sumber untuk pengumpulan data.

Tabel 3.2 Metode pengumpulan data

Tujuan	Data yang dibutuhkan	Metode pengumpulan data	Sumber data
Mengetahui karakteristik dari pariwisata di Kota Banjarmasin	<ul style="list-style-type: none"> • Karakteristik daya tarik • Karakteristik fasilitas pariwisata • Karakteristik aksesibilitas • Karakteristik fasilitas umum • Karakteristik masyarakat 	<ul style="list-style-type: none"> • Survei primer berupa observasi dan wawancara • Survei sekunder ke Disbudpar, BAPPEDA, dan BPS 	<ul style="list-style-type: none"> • Hasil observasi dan wawancara • RTRW Kota Banjarmasin • Kota Dalam Angka • Statistik daerah kota • RIPP Kalimantan Selatan • Persebaran destinasi wisata
Mengetahui persepsi wisatawan terhadap pariwisata di Kota Banjarmasin	Persepsi wisatawan	Survei primer berupa wawancara dan kuisioner	Hasil wawancara dan kuisioner

3.6 Data Populasi dan sampel

Populasi dari penelitian ini berupa jumlah wisatawan yang berkunjung ke kota Banjarmasin, yakni sebesar 226.276 jiwa (Banjarmasin Dalam Angka, 2017). Penelitian ini akan menggunakan sampel dalam pengambilan data primer karena dengan pemilihan sampel yang baik, penelitian akan memperoleh data yang akurat dengan tingkat kesalahan yang relatif rendah. Selain itu adanya faktor sumber daya seperti keterbatasan waktu, tenaga dan biaya yang terbatas. Oleh karena itu, dalam pelaksanaan dan penyelesaian penelitian ini mempertimbangkan metode pengambilan datanya berdasarkan teknik sampel yang dapat menggambarkan populasi.



Dalam penyebaran atau pendistribusian kuisioner teknik yang dilakukan yaitu teknik *accidental sampling*. Teknik *accidental sampling* ini digunakan untuk populasi yang memiliki sifat dinamis seperti wisatawan karena jumlah wisatawan yang datang ke obyek daya tarik wisata setiap hari sulit untuk diperkirakan terlebih dahulu. *Accidental sampling* adalah metode pengambilan sampel yang mana tidak semua subyek atau individu dari populasi mendapatkan probabilitas atau kemungkinan yang sama untuk dijadikan sampel. *Accidental sampling* ini dikenakan pada pengunjung yang dijumpai di wilayah studi, sesuai dengan jumlah sampel yang telah ditentukan.

Dalam penentuan jumlah sampel, metode sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Slovin. Rumus Slovin digunakan untuk menentukan ukuran sampel minimum (n) jika diketahui populasi (N). Berikut adalah rumus yang digunakan dalam metode Slovin:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \dots \dots \dots (3-1)$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Batas Toleransi Kesalahan (*Error Tolerance*)

Peneliti menentukan dahulu batas toleransi kesalahan yang dinyatakan dengan persentase. Semakin kecil tingkat toleransi kesalahan maka akan semakin akurat sampel yang merepresentasikan populasi. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan batas toleransi kesalahan 10%. Jumlah sampel yang digunakan untuk mengetahui sampel wisatawan yang berkunjung ke kota Banjarmasin dengan total populasi 226.276 jiwa adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{226276}{1 + 226276 (0.1)^2} = 99,956 \approx 100$$

Berdasarkan rumus tersebut, maka perolehan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 wisatawan yang tersebar pada obyek daya tarik wisata kota Banjarmasin.

Tabel 3.3 Distribusi Sampel Pada Objek Wisata

No.	Objek Wisata	Sampel
1.	Pasar Terapung Muara Kuin	10
2.	Makam Sultan Suriansyah	10
3.	Mesjid Sultan Suriansyah	10
4.	Museum Wasaka	10
5.	Kawasan Wisata Kuliner	10
6.	Taman Agro Wisata PKK	10
7.	Kampung Sasirangan	10
8.	Mesjid Raya Sabilal Muhtadin	10
9.	Duta Mall	10
10.	Siring Sungai Martapura	10
Jumlah		100

Pembagian sampel sebanyak 10 wisatawan tiap obyek daya tarik wisata dilakukan karena sebagian besar obyek wisata yang ada di Kota Banjarmasin tidak memiliki data mengenai jumlah wisatawan yang berkunjung. Kebanyakan obyek yang ada merupakan *open space*, taman, tempat ibadah, dan wisata minat khusus lainnya yang tidak memakai sistem karcis. Hanya ada 3 (tiga) kemungkinan obyek yang memiliki data pengunjung seperti Museum Wasaka, Taman Agro Wisata PKK, dan Duta Mall. Dengan demikian karena tidak adanya data yang jelas tentang jumlah wisatawan yang berkunjung ke tiap obyek daya tarik wisata maka jumlah sampel dibagi menjadi 10 wisatawan agar pembagiannya merata tiap obyek.

3.7 Metode Analisis Data

Data yang didapat selanjutnya akan dianalisis dengan menggunakan analisis yang dapat memberikan gambaran terkait dengan penelitian ini. Metode analisis pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

3.7.1 Analisis deskriptif

Miles dan Huberman (1990) dalam Mukhtar (2013) mengemukakan model analisis data deskriptif dengan 4 (empat) aktivitas yang dilakukan melalui pendekatan ini, yaitu:

1. Pengumpulan data

Merupakan proses yang berlangsung sepanjang penelitian, dengan menggunakan seperangkat instrumen yang telah disiapkan, guna memperoleh informasi data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Pengumpulan data-data mengenai daya tarik, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, fasilitas umum, dan masyarakat di Kota Banjarmasin dilakukan dengan menyesuaikan sub-sub variabel yang sudah ditentukan.

2. Reduksi data

Proses menyeleksi, memfokuskan, menyederhanakan, dan mentransformasi data-data yang sudah dikumpulkan di lapangan. Data-data yang berkaitan dengan misalnya daya tarik akan digabungkan dan dipisahkan dari data-data yang tidak berkaitan atau



mendukung, begitu juga dengan variabel lainnya. Reduksi data yang dilakukan untuk mengorganisasikan data-data sesuai variabelnya sebagai cara untuk menggambarkan daya tarik, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, fasilitas umum, dan masyarakat di Kota Banjarmasin.

3. Display data

Merangkai informasi dari data-data daya tarik, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, fasilitas umum, dan masyarakat yang sudah diorganisir dalam upaya menggambarkan kondisi eksisting untuk dapat diambil kesimpulan mengenai karakteristik pariwisata di Kota Banjarmasin. Biasanya bentuk display data kualitatif menggunakan teks narasi disertai tabel atau gambar.

4. Verifikasi/menarik kesimpulan

Aktivitas analisis dari karakteristik jenis daya tarik, ketersediaan fasilitas pariwisata dan fasilitas umum, aksesibilitas yang ada, dan masyarakat terhadap pariwisata di Kota Banjarmasin yang dapat disimpulkan apakah sesuatu bermakna, atau tidak mempunyai keteraturan, pola, penjelasan, hubungan sebab akibat, dan proposisi.

Analisis deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini meliputi analisis karakteristik daya tarik, analisis karakteristik fasilitas pariwisata, analisis karakteristik aksesibilitas, analisis karakteristik fasilitas umum, dan analisis karakteristik masyarakat.

A. Analisis Karakteristik Daya Tarik

Analisis karakteristik daya tarik digunakan untuk identifikasi kondisi dan rupa daya tarik destinasi sesuai dengan berbagai kriteria yang ada. Analisis ini dilakukan dengan cara mendeskripsikan karakter dari daya tarik wisata berdasarkan:

1. Daya tarik yang terdapat pada destinasi wisata dilihat dari aspek *something to see* yang artinya destinasi tersebut harus mempunyai daya tarik yang dapat dilihat oleh wisatawan yang dapat dijadikan sebagai *entertainments* atau hiburan.
2. Daya tarik yang terdapat pada destinasi wisata dilihat dari aspek *something to do* yang artinya destinasi harus menyediakan beberapa fasilitas atau *amusements* yang dapat digunakan oleh wisatawan untuk berkegiatan atau melakukan aktivitas menikmati daya tarik destinasi.
3. Daya tarik yang terdapat pada destinasi wisata dilihat dari aspek *something to buy* yang artinya destinasi harus menyediakan cinderamata atau souvenir sebagai bentuk kenang-kenangan atau memori dari destinasi yang dapat dibeli wisatawan untuk dibawa pulang ke tempat asalnya.

Dari hasil pengumpulan dan display data berdasarkan 3 (tiga) sub variabel tersebut nantinya akan ditarik kesimpulan mengenai tipologi dari daya tarik di Kota Banjarmasin. dengan diketahuinya tipologi maka dapat dijelaskan mengenai karakter dominan dari daya tarik wisata Kota Banjarmasin. Selain itu dilakukan pengamatan dan wawancara kepada masyarakat untuk mengetahui potensi dan masalah yang terdapat pada daya tarik pariwisata Kota Banjarmasin.

B. Analisis Karakteristik Fasilitas Pariwisata

Analisis karakteristik fasilitas pariwisata digunakan untuk mengetahui kondisi eksisting dan ketersediaan dari fasilitas wisata yang diteliti sesuai dengan sub variabel yang telah ditentukan yang terdiri dari sarana akomodasi, sarana rumah makan/restoran, pusat informasi wisata, pusat/toko cinderamata, pos keamanan dan kesehatan, serta biro perjalanan wisata. Hasil dari penggambaran kondisi eksisting dan ketersediaan dari fasilitas pariwisata yang ada di Kota Banjarmasin memberikan garis besar seperti apa tingkat pelayanan amenities yang diberikan kepada wisatawan. Hal ini juga diperkuat dengan deskripsi mengenai potensi dan masalah mengenai fasilitas pariwisata di Kota Banjarmasin.

C. Analisis Karakteristik Aksesibilitas

Analisis karakteristik aksesibilitas dilakukan untuk mengetahui kondisi eksisting dan ketersediaan dari penanda jalan, akses maupun transportasi wisata yang digunakan untuk menuju ke wilayah destinasi wisata atau ketika berada di dalam wilayah destinasi wisata, biaya perjalanan dan waktu yang ditempuh untuk menuju Kota Banjarmasin, serta jumlah atau jadwal kendaraan (moda) yang rutenya menuju Kota Banjarmasin. hasil data tersebut dapat ditarik kesimpulan mengenai aksesibilitas dan dukungannya yang dapat ditempuh oleh wisatawan. Selain itu analisis ini dilakukan untuk mengetahui potensi dan masalah yang terdapat di Kota Banjarmasin terkait aspek aksesibilitas.

D. Analisis Karakteristik Fasilitas Umum

Analisis karakteristik fasilitas umum yang dimaksud adalah mendeskripsikan eksisting dan ketersediaan sarana prasarana pelayanan umum yang terkait dengan kegiatan usaha kepariwisataan, yang terdiri dari prasarana jalan, jaringan listrik dan telekomunikasi, jaringan air bersih, persampahan dan sebagainya. Adanya prasarana jalan dengan kondisi yang baik, ketersediaan listrik, air bersih, dan jumlah BTS dalam mendukung telekomunikasi serta ketersediaan sanitasi dan TPS dalam menangani masalah persampahan merupakan bagian dari karakteristik fasilitas umum di Kota Banjarmasin. Hasil identifikasi tersebut dapat disimpulkan menjadi penggambaran kualitas fasilitas



umum yang ada dengan potensi dan masalah yang terdapat di Kota Banjarmasin terkait aspek fasilitas umum.

E. Analisis Karakteristik Masyarakat

Analisis karakteristik masyarakat digunakan untuk mengetahui karakter masyarakat di wilayah destinasi terutama masyarakat sekitar obyek daya tarik wisata dalam peran masyarakat terhadap kepariwisataan, partisipasi yang dilakukan, dan dampak yang diterima oleh masyarakat dari kegiatan kepariwisataan tersebut. Selain itu analisis ini dilakukan untuk mengetahui potensi dan masalah yang terdapat di destinasi wisata Kota Banjarmasin terkait aspek masyarakat.

3.7.2 Analisis matriks BCG (*Boston Consulting Group*)

The Boston Consultant Group adalah suatu perusahaan konsultan manajemen terkemuka, yang merekomendasikan agar sebuah penelitian dapat menilai setiap produk yang dimilikinya berdasarkan angka tingkat pertumbuhan pasar (yaitu tingkat pertumbuhan tahunan dari pasar produknya yang terjual). Setiap produk kemudian diletakkan pada kuadran sesuai dengan *The Boston Consulting Group Matrix*.

Metode BCG digunakan untuk mengetahui kondisi dan potensi awal yang dimiliki oleh destinasi wisata Kota Banjarmasin dengan memperhatikan sisi permintaan dan sisi penawaran dalam rangka pengembangan lebih lanjut destinasi tersebut sehingga diketahui langkah atau strategi apa saja yang dibutuhkan untuk usaha pengembangan pariwisata. Melalui pendekatan portofolio ini, setiap produk industri pariwisata utama yang terdapat di suatu daerah destinasi dapat dinilai tinggi rendahnya atas dasar 2 (dua) kriteria, yaitu:

1. Angka Pertumbuhan Pasar (*Market Growth Rate*)

Yaitu angka pertumbuhan yang memanfaatkan produk industri pariwisata tertentu. Kriteria ini termasuk penilaian dari wisatawan terhadap sisi penawaran pariwisata Kota Banjarmasin. Dalam penelitian ini, kriteria pertumbuhan pasar dipakai sebagai acuan untuk menilai pariwisata Kota Banjarmasin sudah tinggi atau rendah.

2. Penguasaan bagian pasar (*Market Share Dominance*)

Yaitu rasio antara wisatawan yang menggunakan atau menikmati produk wisata yang ditawarkan tersebut dengan produk lain yang merupakan saingan terbesar dalam pasar. Kriteria ini termasuk penilaian dari wisatawan terhadap sisi permintaan pariwisata Kota Banjarmasin.

Setiap produk industri pariwisata utama yang terdapat di daerah itu dapat dinilai dengan teknik skoring tinggi dan rendah berdasarkan hasil survei primer, yang berupa wawancara dan penyebaran kuisioner tentang kondisi pertumbuhan produk (penawaran)

dan pasar wisata (permintaan) untuk mengetahui situasi pariwisata Kota Banjarmasin yang ditentukan oleh beberapa variabel penentu berdasarkan kajian teori yang digunakan. Total variabel dalam kuisioner BCG adalah sebanyak 23 variabel untuk masing-masing permintaan dan penawaran dengan pembagian sebagai berikut:

1. Daya tarik; *something to see, something to do, dan something to buy*.
2. Fasilitas pariwisata; sarana akomodasi, sarana rumah makan/restoran, pusat informasi wisata, pusat/toko cinderamata, pos keamanan dan kesehatan, dan biro perjalanan.
3. Aksesibilitas; penanda jalan, akses menuju obyek daya tarik, moda transportasi, waktu tempuh, biaya perjalanan, dan frekuensi kendaraan.
4. Fasilitas umum; prasarana jalan, air bersih, listrik, telekomunikasi, dan sistem pembuangan air kotor, sanitasi, dan sampah.
5. Masyarakat sebagai *host*; peranan masyarakat di destinasi wisata, partisipasi masyarakat, dampak yang diterima oleh masyarakat dari adanya kegiatan pariwisata.

Kemudian hasilnya diberi skor 2 (dua) untuk tinggi dan skor 1 (satu) untuk rendah. Penentuan skor rendah dan tinggi dalam metode BCG ini berdasarkan jumlah wisatawan yang memilih jawaban “TIDAK” atau “YA” dari pernyataan-pernyataan pada tiap variabel. Apabila lebih dari 50% wisatawan yang menyatakan “TIDAK” maka skornya 1 atau dinilai rendah dan apabila lebih dari 50% wisatawan yang menyatakan “YA” maka skornya 2 atau dinilai tinggi. Disini tidak ada skor tengah atau sedang karena dalam matriks BCG hanya ada dua kuadran dari masing masing penawaran dan permintaan yaitu tinggi atau rendah dan kriteria penilaian dari beberapa variabel yang diteliti menggunakan persentase. Karena jumlah variabel sebanyak 23, maka dapat ditentukan skor terendah dan skor tertinggi pada masing-masing variabel adalah sebagai berikut.

Tabel 3.3 Skor pada variabel permintaan dan penawaran

No.	Variabel	Jumlah Sub-Variabel (<i>i</i>)	Skor terendah ($i \times 1$)	Skor tertinggi ($i \times 2$)
1.	Daya Tarik	3	3	6
2.	Aksesibilitas	6	6	12
3.	Fasilitas pariwisata	6	6	12
4.	Fasilitas umum	5	5	10
5.	Masyarakat	3	3	6
Total		23	23	46

Untuk kesimpulan hasil analisis, penentuan *range* antara rendah dan tinggi berdasarkan jumlah skor terendah dan tertinggi. Melalui jumlah variabel 23 maka skor tertinggi adalah 46 untuk ambang batas maksimal dan skor terendah 23 untuk ambang batas minimal dengan nilai tengah antara 23 dengan 46, yaitu 35 dari matriks permintaan



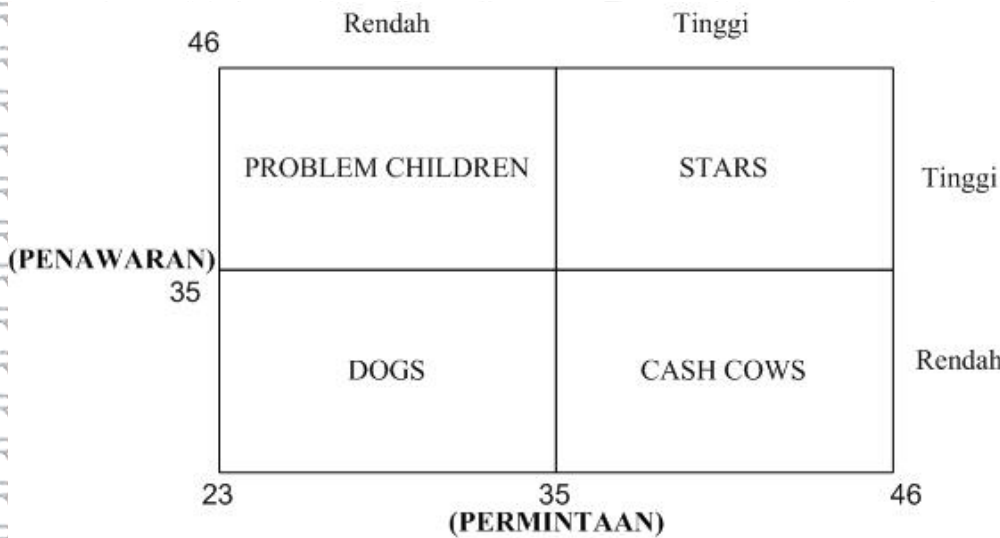
dan penawaran seperti pada gambar 3.2. Penetapan tingkatan pertumbuhan produk wisata (penawaran) dan pasar wisata (permintaan) dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Pertumbuhan produk/pasar wisata tinggi : Nilai skoring $35 \leq x \leq 46$
- Pertumbuhan produk/pasar wisata rendah : Nilai skoring $23 \leq x \leq 34$

Setelah diketahui skor masing-masing variabel yang akan diteliti yaitu daya tarik, aksesibilitas, amenitas, fasilitas umum, dan masyarakat, kemudian hasil perhitungannya digabungkan maka selanjutnya dilakukan pemetaan posisinya ke dalam Matriks BCG. Matriks BCG terdiri dari 4 (empat) bagian kuadran dengan garis horizontal untuk permintaan wisata dan garis vertikal untuk penawaran wisata. Selanjutnya setiap kuadran tersebut dipakai dengan istilah *Star*, *Cash Cows*, *Problem Children* dan *Dogs*. Bila posisi pada kuadran:

1. *Star* berarti komponen penawaran dan permintaan bernilai tinggi sehingga memiliki daya saing yang tinggi. Produk yang dipasarkan adalah yang paling menguntungkan karena memilih segmen pasar yang besar dan cepat berkembang. Keadaan ini ditunjukkan melalui banyaknya permintaan produk yang ditawarkan di pasaran dalam jangkauan yang luas, oleh karena itu produk pariwisata dengan kondisi ini perlu mendapat prioritas untuk dipertahankan maupun dikembangkan lebih lanjut.
2. *Cash Cows* yang berarti posisi penawaran rendah tetapi permintaan tinggi. Maka dalam hal ini diperlukan usaha untuk membangun dan meningkatkan komponen produk wisata agar dapat memenuhi permintaan pasar wisatawan. Produk yang ditawarkan oleh kawasan pariwisata tetap perlu dipertahankan walaupun dengan memperhatikan bahwa sewaktu-waktu produk menjadi tidak menguntungkan. Keuntungan yang diperoleh akan digunakan untuk membantu usaha pengembangan wisata lain yang masih bermasalah atau belum menghasilkan seperti yang diharapkan.
3. *Dogs* berarti penawaran dan permintaan rendah yang berarti diperlukan biaya investasi yang tinggi bagi pengembangan obyek wisata tersebut, jika diperlukan obyek tersebut lebih baik ditutup. Kondisi pada kuadran ini memberikan indikasi bahwa produk yang dihasilkan benar-benar tidak dapat dipertahankan dan kadang-kadang mengalami kerugian.
4. *Problem Children* berarti posisi penawaran tinggi tetapi permintaan rendah. Produk yang dihasilkan oleh destinasi tersebut belum mempunyai prospek pasar yang jelas, bahkan mungkin akan mengalami kerugian karena produk yang dipasarkan belum mampu menguasai pasar yang luas. Daerah tujuan wisata ini mempunyai masalah apakah akan meningkatkan investasi dengan harapan agar di masa mendatang dapat

menjadi daerah tujuan wisata dengan klasifikasi *Stars* atau akan mengurangi investasi dengan pertimbangan bahwa dana yang diterima dari industri pariwisata tersebut digunakan untuk hal-hal yang lebih bermanfaat untuk daerah tersebut. Usaha yang dilakukan adalah berusaha masuk ke dalam pasar terlebih dahulu telah dikuasai oleh pihak lain. Kebutuhan dana dari pengembangan produk berasal dari kuadran *Cash Cows*. Dalam hal ini pengembangan kunjungan wisata perlu dikembangkan dengan meningkatkan promosi dan kualitas pelayanan sedangkan produk wisata hanya perlu dipertahankan tidak perlu ditambah.



Gambar 3.2 Matriks BCG

3.8 Desain Survei

Tabel 3.4 Desain survei penelitian pengembangan pariwisata di Kota Banjarmasin

No.	Tujuan	Variabel	Sub Variabel	Sumber Data	Metode pengumpulan data	Metode Analisis	Output
1.	Mengetahui karakteristik dari pariwisata di Kota Banjarmasin	Daya Tarik	<ul style="list-style-type: none">• <i>Something to see</i>• <i>Something to do</i>• <i>Something to buy</i>	<ul style="list-style-type: none">• Hasil observasi dan wawancara• RTRW Kota Banjarmasin 2013-2032	<ul style="list-style-type: none">• Survei primer berupa observasi dan wawancara• Survei sekunder ke Disbudpar, BAPPEDA, dan BPS	Analisis deskriptif karakteristik	Karakteristik dari pariwisata di Kota Banjarmasin
		Fasilitas Pariwisata	<ul style="list-style-type: none">• Akomodasi• Rumah makan/resotran• Pusat informasi wisata• Pusat/toko cinderamata• Pos keamanan dan kesehatan• Biro perjalanan wisata	<ul style="list-style-type: none">• Kota Banjarmasin Dalam Angka• Statistik Daerah Kota Banjarmasin• RIPP Kalimantan Selatan• Persebaran destinasi wisata Kota Banjarmasin			
		Aksesibilitas	<ul style="list-style-type: none">• Penanda jalan• Akses menuju obyek wisata• Ketersediaan moda• Waktu tempuh• Biaya perjalanan• Frekuensi moda ke tujuan obyek wisata				
		Fasilitas umum	<ul style="list-style-type: none">• Jalan• Air bersih• Listrik• Telekomunikasi• Sanitasi dan sampah				
		Masyarakat	<ul style="list-style-type: none">• Peranan masyarakat• Partisipasi masyarakat• Dampak yang diterima oleh masyarakat				

No.	Indikator	Variabel	Sub Variabel	Sumber Data	Metode pengumpulan data	Metode Analisis	Output
2.	Mengetahui persepsi wisatawan terhadap pariwisata di Kota Banjarmasin	<ul style="list-style-type: none"> • Daya tarik • Fasilitas Pariwisata • Aksesibilitas • Fasilitas Umum • Masyarakat 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>something to see, something to do, dan something to buy</i> • sarana akomodasi, sarana rumah makan/restoran, pusat informasi wisata, pusat toko cinderamata, pos keamanan dan kesehatan, dan biro perjalanan • penanda jalan, akses menuju obyek daya tarik, moda transportasi, waktu tempuh, biaya perjalanan, dan frekuensi kendaraan • prasarana jalan, air bersih, listrik, telekomunikasi, dan sistem pembuangan air kotor, sanitasi, dan sampah • peranan masyarakat, partisipasi masyarakat, dampak yang diterima oleh masyarakat dari adanya kegiatan pariwisata 	<p>Wisatawan di obyek-obyek daya tarik wisata Kota Banjarmasin:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pasar Terapung Muara Kuin • Makam Sultan Suriansyah • Mesjid Sultan Suriansyah • Museum Wasaka • Kawasan Wisata Kuliner • Taman Agro Wisata PKK • Kampung Sasirangan • Masjid Raya Sabilal Muhtadin • Duta Mall • Siring Sungai Martapura 	Survei primer (kuisisioner dan wawancara)	Matriks BCG (<i>Boston Consulting Group</i>)	Persepsi wisatawan terhadap pariwisata di Kota Banjarmasin



BAB 4 PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Kota Banjarmasin

Kota Banjarmasin adalah ibukota Provinsi Kalimantan Selatan yang terhampar di dataran rendah dan berada hampir di bawah permukaan air laut. Kota Banjarmasin terletak dekat muara Sungai Barito dan dibelah dua oleh Sungai Martapura. Untuk memperjelas gambaran akan Kota Banjarmasin, akan dibahas melalui sub bab-sub bab sebagai berikut.

4.1.1 Peninggalan dan Sejarah Kota Banjarmasin

Kota Banjarmasin berasal dari sejarah panjang, yang dulu dikenal dengan nama istilah Banjarmasin. Sebutan ini diambil dari nama salah seorang patih yang sangat berjasa dalam pendirian Kerajaan Banjar, yaitu Patih Masih, yang berasal dari Desa Oloh Masih yang berarti orang Melayu atau Kampung Orang Melayu. Desa Oloh Masih inilah yang kemudian menjadi Kampung Banjarmasin.

Patih Masih beserta Patih lainnya sepakat mengangkat Pangeran Samudera menjadi raja Kerajaan Banjar yang pada zaman dulu berada di Kota Banjarmasin, untuk menandingi Kerajaan Daha yang letaknya berdekatan. Pangeran Samudera kemudian menaklukkan Muara Bahan dan kerajaan kecil lainnya serta jalur-jalur sungai sebagai pusat perdagangan pada waktu itu. Pangeran Samudera berganti nama menjadi Sultan Suriansyah karena telah memeluk Islam dan atas dasar balas jasa kepada Kerajaan Demak yang telah membantu untuk menaklukkan Kerajaan Daha yang terjadi pada tanggal 24 September 1526, sehingga tanggal tersebut dijadikan sebagai hari jadi Kota Banjarmasin.

Sampai dengan tahun 1664 surat-surat dari Belanda ke Indonesia untuk Kerajaan Banjarmasin masih menyebut Kerajaan Banjarmasin dalam ucapan Belanda "Bandzermash". Setelah tahun 1664 sebutan itu berubah menjadi Bandjarmasin, dan pertengahan abad 19, sejak zaman penjajahan Jepang kembali disebut Bandjarmasin atau dalam ejaan baru bahasa Indonesia menjadi Banjarmasin.

Kerajaan Banjar pada saat itu yang terpusat di Kuin sangat mempengaruhi keberadaan permukiman penduduk. Hal ini terbukti dari peninggalan-peninggalan kerajaan seperti Masjid Sultan Suriansyah, masjid pertama di Kota Banjarmasin serta

keberadaan permukiman-permukiman tradisional yang sebagian besar tersebar disekitar tepian sungai.

4.1.2 Posisi Geografis Kota Banjarmasin

Secara geografis, Kota Banjarmasin terletak antara 3°15' dan 3°22' Lintang Selatan dan 114°32' dan 114°98' Lintang Utara. Kota Banjarmasin mempunyai luas area 98,46 km² atau sekitar 0,26% dari luas Pulau Kalimantan. Berada pada ketinggian rata-rata 0,16 m di bawah permukaan laut dengan kondisi daerah berpayapaya dan relatif datar. Kemiringan tanah antara 0,13% dengan susunan geologi terutama bagian bawahnya didominasi oleh lempung dengan sisipan pasir halus dan endapan aluvium yang terdiri dari lempung hitam keabuan dan lunak. Pada waktu air pasang hampir seluruh wilayah digenangi air.

Kota Banjarmasin terletak di bagian selatan dari Provinsi Kalimantan Selatan dengan batas-batas sebagai berikut:

1. Sebelah utara : Kabupaten Barito Kuala
2. Sebelah timur : Kabupaten Banjar
3. Sebelah selatan : Kabupaten Banjar
4. Sebelah barat : Kabupaten Barito Kuala dan Sungai Barito

Secara administratif wilayah Kota Banjarmasin memiliki 5 (lima) kecamatan dan 52 kelurahan seperti yang diuraikan pada tabel 4.1 berikut.

Tabel 4.1 Jumlah Wilayah Administrasi Kota Banjarmasin

No.	Nama Kecamatan	Luas (Km)	Persentase terhadap luas total (%)	Jumlah Kelurahan
1.	Banjarmasin Selatan	38,27	38,87	12
2.	Banjarmasin Timur	23,86	24,23	9
3.	Banjarmasin Barat	13,13	13,34	9
4.	Banjarmasin Tengah	6,66	6,76	12
5.	Banjarmasin Utara	16,54	16,80	10
TOTAL		98,46	100	52

Sumber: Banjarmasin Dalam Angka (2017)

Kecamatan Banjarmasin Selatan merupakan kecamatan yang memiliki luas paling besar dengan 38,27 Km² (38,87%) dan Kecamatan Banjarmasin Tengah memiliki luas wilayah paling kecil dengan 6,66 Km² atau 6,76% dari total luas Kota Banjarmasin.

4.1.3 Suasana Kota Banjarmasin

Kota Banjarmasin sering dijuluki sebagai “Kota Air” atau “Kota Seribu Sungai” karena terdapat sebagian besar sungai mengalir di sana, seperti sungai Martapura, sungai Kuin, sungai Andai, sungai Alalak, dan lain-lain. Sejak zaman kerajaan Banjar hingga sekarang sungai merupakan elemen pembentuk perkotaan yang sangat vital. Banyaknya kegiatan perkotaan dipengaruhi oleh keberadaan sungai-sungai tersebut seperti transportasi, permukiman, dan pariwisata. Sebagian besar sungai yang mengalir di Kota



Banjarmasin berpotensi menjadi suatu tema kawasan kota yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung, salah satunya adalah Sungai Martapura.

Sungai Martapura merupakan sungai besar terpanjang yang mengalir di tengah Kota Banjarmasin seolah-olah Kota Banjarmasin menjadi 2 (dua) bagian. Pada bagian pusat Kota Banjarmasin, Sungai Martapura menjadi sarana untuk *event-event* atau festival kota seperti festival Kemilau Banjarmasin Bungas, yaitu festival *multi event* yang dilaksanakan dalam rangkaian Hari Jadi Kota Banjarmasin. Kegiatan yang digelar antara lain Pasar Terapung, Festival Jukung Hias/Tanglong, Pagelaran Seni, dan dimeriahkan juga dengan Pesta Kembang Api. Festival ini dimaksudkan untuk menghidupkan kembali budaya sungai yang tidak dapat dilepaskan dari Kota Banjarmasin.

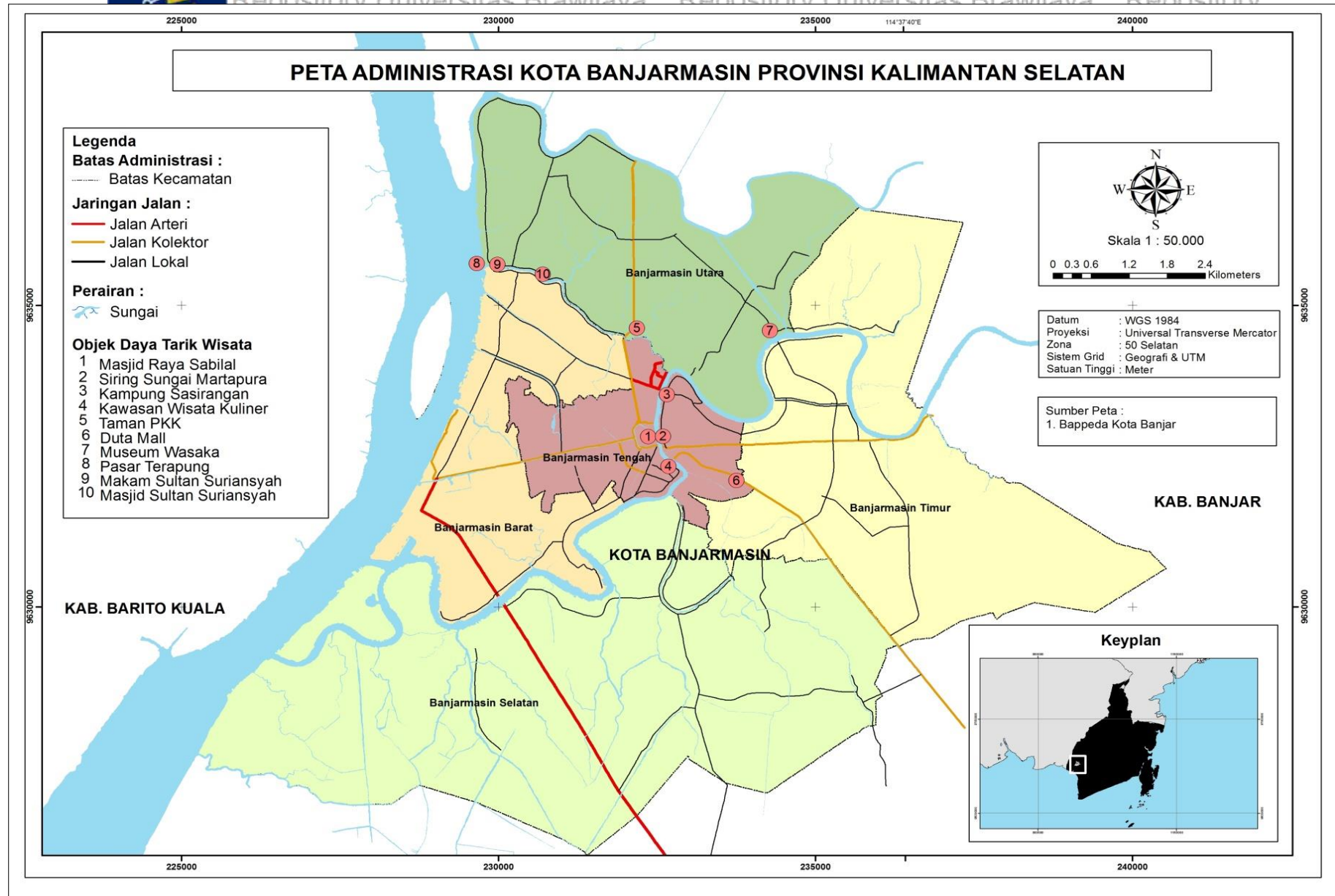


Gambar 4.1 Pesta kembang api Festival Kemilau Banjarmasin Bungas
Sumber: Annuri (2015)



Gambar 4.2 Festival Jukung Hias
Sumber: Tribunnews.com (2016)

Ketika memasuki Bulan Ramadhan, di Kota Banjarmasin selalu diselenggarakan 2 (dua) event tahunan yang dilaksanakan oleh Pemerintah Kota Banjarmasin, yaitu Pasar Wadai Ramadhan dan Festival Tanglong Ramadhan. Pasar Wadai Ramadhan merupakan event wisata kuliner yang diikuti oleh ratusan pedagang kue, masakan khas banjar, minuman dan lain-lain. Pasar ini buka dari pukul 15.00 WITA yang biasanya berlokasi di sekitar pinggiran Sungai Martapura atau halaman Kantor Walikota dan selalu dipadati oleh ribuan pengunjung setiap harinya. Bagi wisatawan Pasar Wadai Ramadhan inilah tempatnya untuk berwisata kuliner menjelajahi citarasa masakan khas Banjar. Untuk lebih memeriahkan Pasar Wadai Ramadhan, disediakan pula panggung hiburan yang



Gambar 4.5 Peta Administrasi Kota Banjarmasin

4.1.4 Obyek Daya Tarik Wisata Kota Banjarmasin

Sebagai destinasi wisata, Kota Banjarmasin tentu memiliki wisata unggulan yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung. Terdapat 10 Obyek Daya Tarik Wisata yang menurut peneliti dapat mewakili kepariwisataan di Kota Banjarmasin, yaitu:

A. Pasar Terapung Muara Kuin

Pasar Terapung adalah Pasar Tradisional yang ada di atas muara sungai Barito, lokasinya berada di Kelurahan Kuin Utara Kota Banjarmasin. Istimewanya pasar ini adalah keberadaannya yang ada di atas sungai. Pedagang dan pembeli melakukan transaksi jual beli menggunakan kendaraan jukung (perahu kayu). Barang-barang yang didagangkan biasanya berupa buah-buahan, sayuran, kue-kue atau makanan khas banjar, dan lain sebagainya. Unikny dalam transaksi antar sesama pedagang terkadang masih diterapkan sistem barter atau pertukaran barang dengan barang.



Gambar 4.6 Kendaraan jukung (perahu kayu) yang digunakan menuju Pasar Terapung

Aktivitas pasar terapung dimulai sejak pukul 05.30 sampai pukul 07.30 pagi. Pasar ini diperkirakan sudah ada sekitar 400 tahun yang lalu dan masih dipertahankan hingga sekarang serta merupakan ikon obyek daya tarik wisata di Kota Banjarmasin yang sudah dikenal diseluruh Indonesia bahkan hingga mancanegara. Akan tetapi seiring dengan perkembangan zaman, kemudian adanya lokasi wisata baru yaitu siring Sungai Martapura yang menyediakan tempat untuk para pedagang pasar terapung berjualan di sana membuat Pasar Terapung Muara Kuin menjadi sepi. Wisatawan dan para pedagang lebih memilih untuk menuju siring Sungai Martapura yang berada di pusat kota. Walaupun demikian wisata Pasar Terapung Muara Kuin memiliki 'pengalaman' dan 'budaya' yang berbeda dengan wisata lainnya sehingga Pasar Terapung Muara Kuin masih menjadi obyek daya tarik wisata yang sangat direkomendasikan di Kota Banjarmasin.



Gambar 4.7 Suasana Pasar Terapung Muara Kuin

B. Makam Sultan Suriansyah

Makam Sultan Suriansyah adalah makam raja Kerajaan Banjar pertama yang memeluk agama Islam. Selain Sultan Suriansyah, dalam kompleks makam ini juga terdapat beberapa makam tokoh-tokoh Kerajaan Banjar pada masa lampau. Kompleks makam ini terletak di Kelurahan Kuin Utara, Kecamatan Banjarmasin Utara. Biasanya tempat ini dijadikan sebagai wisata religi masyarakat yang ingin berziarah ke makam raja Kerajaan Banjar dan untuk mengetahui sejarah-sejarah mengenai Kerajaan Banjar.



Gambar 4.8 Makam Sultan Suriansyah

C. Masjid Sultan Suriansyah

Masjid Sultan Suriansyah adalah masjid bersejarah yang merupakan masjid tertua di Kalimantan Selatan. Masjid ini dibangun masa pemerintahan Sultan Suriansyah (1526 – 1550) dan merupakan masjid pertama di Kota Banjarmasin. Masjid ini terletak di Kelurahan Kuin Utara, Kecamatan Banjarmasin Utara yang dapat dikunjungi dengan transportasi darat maupun sungai karena letaknya yang berada di pinggir Sungai Kuin. Dibangun dengan arsitektur kuno dan terdapat ornamen-ornamen khas banjar, Masjid ini merupakan saksi bisu perkembangan Kota Banjarmasin.



Gambar 4.9 Masjid Sultan Suriansyah

D. Museum Wasaka

Diresmikan pada 10 November 1991, WASAKA singkatan dari “Waja Sampai Kaputing” dalam bahasa banjar yang maksudnya suatu tekad dari pejuang yang ada di Kalsel untuk melawan penjajah hingga titik darah penghabisan. Museum Wasaka adalah museum perjuangan rakyat Kalimantan Selatan. Museum ini berbentuk rumah adat banjar bubungan tinggi atau rumah panggung.



Gambar 4.10 Bangunan Museum Wasaka

Didalamnya dapat ditemui kurang lebih 400 koleksi benda-benda bersejarah yang digunakan pejuang untuk melawan penjajah serta terdapat foto-foto yang berhubungan dengan masa perjuangan. Museum Wasaka terletak di Kelurahan Sungai Jingah, Kecamatan Banjarmasin Utara dan berada di tepi sungai Martapura. Sehingga untuk mengunjungi museum ini dapat dilakukan melalui transportasi darat maupun sungai.



Gambar 4.11 Koleksi benda-benda Museum Wasaka

E. Kawasan Wisata Kuliner

Kawasan Wisata Kuliner merupakan pusat kuliner makanan khas Banjarmasin yang berada di tepian Sungai Martapura yang membelah Kota Banjarmasin. Terletak di Jalan Pos sepanjang sekitar 300 meter menghubungkan Jalan Hasanuddin HM dan Jalan Sudirman dekat Jembatan Merdeka yang berada di pusat kota sehingga tempat ini sangat strategis dan mudah di akses. Terdapat kurang lebih 52 kios warung atau tempat makan yang menyediakan kuliner khas setempat, seperti laksa, ketupat kandang, nasi kuning, lupis, lontong, dan panganan khas lainnya.



Gambar 4.12 Kawasan Wisata Kuliner

F. Taman Agro Wisata PKK

Taman Agro Wisata PKK adalah sebuah kawasan taman seluas kurang lebih 1,5 hektar yang dimiliki oleh organisasi PKK (Pembinaan Kesejahteraan Keluarga) Pemerintahan Kota Banjarmasin. Taman ini dikelola oleh pihak organisasi PKK yang terus berbenah dengan berkerjasama pihak swasta supaya manajemennya dikelola dengan baik dan dapat mendatangkan pendapatan bagi daerah. Meskipun terdapat kata 'agro' tetapi bukan berarti hanya ada pohon atau tanaman yang banyak tumbuh di sana, tetapi juga satwa yang beraneka ragam.



Gambar 4.13 Satwa di Taman Agro Wisata PKK

Taman ini biasa digunakan sebagai tempat wisata edukasi dan hiburan berbagai acara bertema *outdoor*. Terdapat beberapa *zone* atau kawasan untuk mengklasifikasikan

satwa yang dipelihara di sana dan papan-papan informasi mengenai jenis pohon atau tanaman yang ditanam di taman tersebut.



Gambar 4.14 Suasana Taman Agro Wisata PKK

G. Kampung Sasirangan

Kampung Sasirangan adalah tempat pembuatan batik khas Banjarmasin yaitu kain sasirangan yang pembuatan batik tersebut masih menggunakan cara tradisional seperti kerajinan batik yang ada di Pulau Jawa. Di tempat ini dapat melihat langsung proses pembuatan kain sasirangan dari awal hingga akhir menjadi sebuah kain. Kain sasirangan memiliki bermacam motif dan corak khas sehingga kain ini menjadi cinderamata Kota Banjarmasin.



Gambar 4.15 Kampung Sasirangan



H. Masjid Raya Sabilal Muhtadin

Masjid ini terletak di tengah Kota Banjarmasin atau dapat disebut sebagai *landmark*-nya pusat kota. Sabilal Muhtadin merupakan nama dari sebuah kitab yang dikarang oleh ulama besar Syekh Muhammad Arsyad Al-Banjary (1710 – 1812) yang selama hidupnya memperdalam dan mengembangkan islam di Kerajaan Banjar. Masjid Raya Sabilal Muhtadin dibangun di atas tanah seluas 100.000 meter persegi. Dinding, lantai, menara dan turap plaza keseluruhannya berlapiskan marmer. Secara total masjid terbesar se-Kalimantan ini mampu menampung hingga 15.000 jamaah.

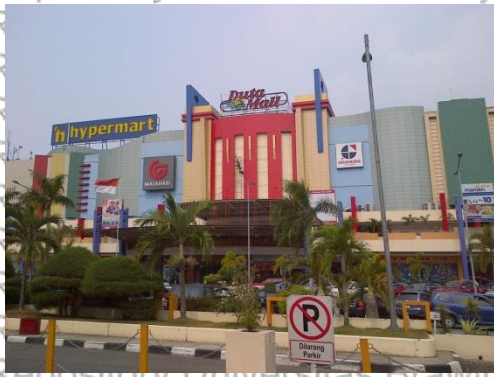
Komplek Masjid Raya Sabilal Muhtadin dilengkapi dengan sekolah islam dari tingkat TK, SD, SMP, dan SMA sehingga kompleks masjid ini juga merupakan pusat pendidikan. Selain itu di lingkungan Masjid Raya Sabilal Muhtadin juga terdapat hutan kota. Hutan kota sering menjadi lokasi favorit bagi masyarakat untuk berjalan-jalan santai menikmati udara segar dan teduhnya pepohonan.



Gambar 4.16 Masjid Raya Sabilal Muhtadin

I. Duta Mall

Salah satu ciri kota besar yaitu memiliki fasilitas pusat perbelanjaan modern seperti di Kota Banjarmasin yang memiliki Duta Mall. Duta Mall merupakan pusat perbelanjaan modern terbesar di Kota Banjarmasin yang dapat dijadikan sebagai tempat wisata belanja untuk masyarakat Kota Banjarmasin maupun luar Kota Banjarmasin. Selain untuk berbelanja, Duta Mall juga dapat dijadikan sebagai tempat bersantai (*leasure*) atau berkumpul karena di dalamnya terdapat bioskop dan tempat kuliner (*food court*).



Gambar 4.17 Duta Mall

J. Siring Sungai Martapura

Siring Sungai Martapura adalah obyek daya tarik wisata yang dikembangkan oleh Pemerintah Kota Banjarmasin. Siring Sungai Martapura terdiri dari 2 (dua) lokasi yang saling berseberangan yaitu siring Jalan Jenderal Sudirman yang dibangun pada tahun 2004 dan siring Jalan Pierre Tandeau. Selain berfungsi sebagai pelindung abrasi sungai, siring ini menjadi tempat bagi masyarakat Banjarmasin dan wisatawan untuk bersantai menikmati suasana di pinggir Sungai Martapura.



Gambar 4.18 Suasana pasar terapung di Siring Sungai Martapura

Siring Sungai Martapura juga sering dijadikan tempat bagi komunitas-komunitas untuk berkumpul dan menyalurkan hobi di salah satu bagian dari siring. Pada pagi hari, terutama *weekend*, siring juga menjadi tempat orang-orang untuk jogging atau senam. Pada siring yang berada di Jalan P. Tendeau, terdapat pasar terapung yang memudahkan masyarakat maupun wisatawan untuk mendatanginya tanpa harus menggunakan jukung (perahu kayu). Selain itu pada bagian siring ini terdapat 2 (dua) bangunan ikonik yang menjadi kebanggaan masyarakat Kota Banjarmasin, yaitu Menara Pantau dan Patung Bekantan.



Gambar 4.19 Patung Bekantan dan Menara Pantau

Adanya obyek-obyek daya tarik wisata tersebut tentu membuat wisatawan tertarik untuk mengunjungi Kota Banjarmasin. Berdasarkan data dari dokumen Statistik Daerah Kota Banjarmasin dapat diketahui jumlah wisatawan nusantara dan wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Kota Banjarmasin sebagai berikut.

Tabel 4.2

Jumlah wisatawan Kota Banjarmasin

Tahun	Wisatawan Nusantara (jiwa)	Wisatawan Mancanegara (jiwa)	Jumlah
2012	273.959	5.057	279.016
2013	357.351	5.303	362.654
2014	304.508	3.890	308.398
2015	317.002	2.456	319.458
2016	224.313	1.963	226.276

Sumber: Banjarmasin Dalam Angka (2017)

Dalam periode tahun 2012-2016, jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kota Banjarmasin mengalami tren penurunan. Perkembangan jumlah wisatawan tersebut berbanding terbalik dengan perkembangan jumlah tempat akomodasi dan obyek-obyek daya tarik wisata baru di Kota Banjarmasin. Seperti pada tabel 4.3 yang menjabarkan jumlah akomodasi dan obyek daya tarik wisata Kota Banjarmasin dari tahun 2012-2016.

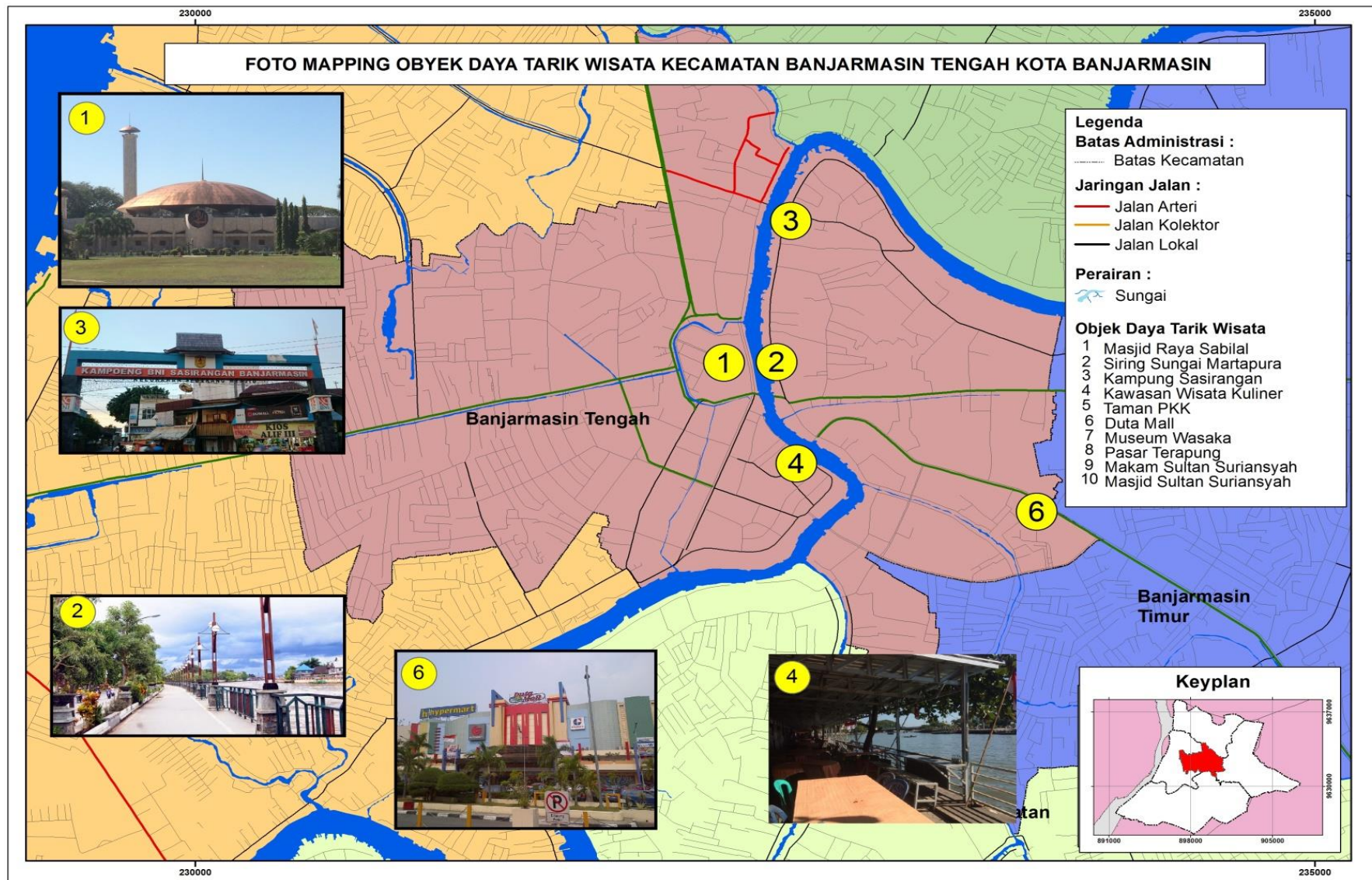
Tabel 4.3

Jumlah akomodasi dan obyek daya tarik wisata Kota Banjarmasin

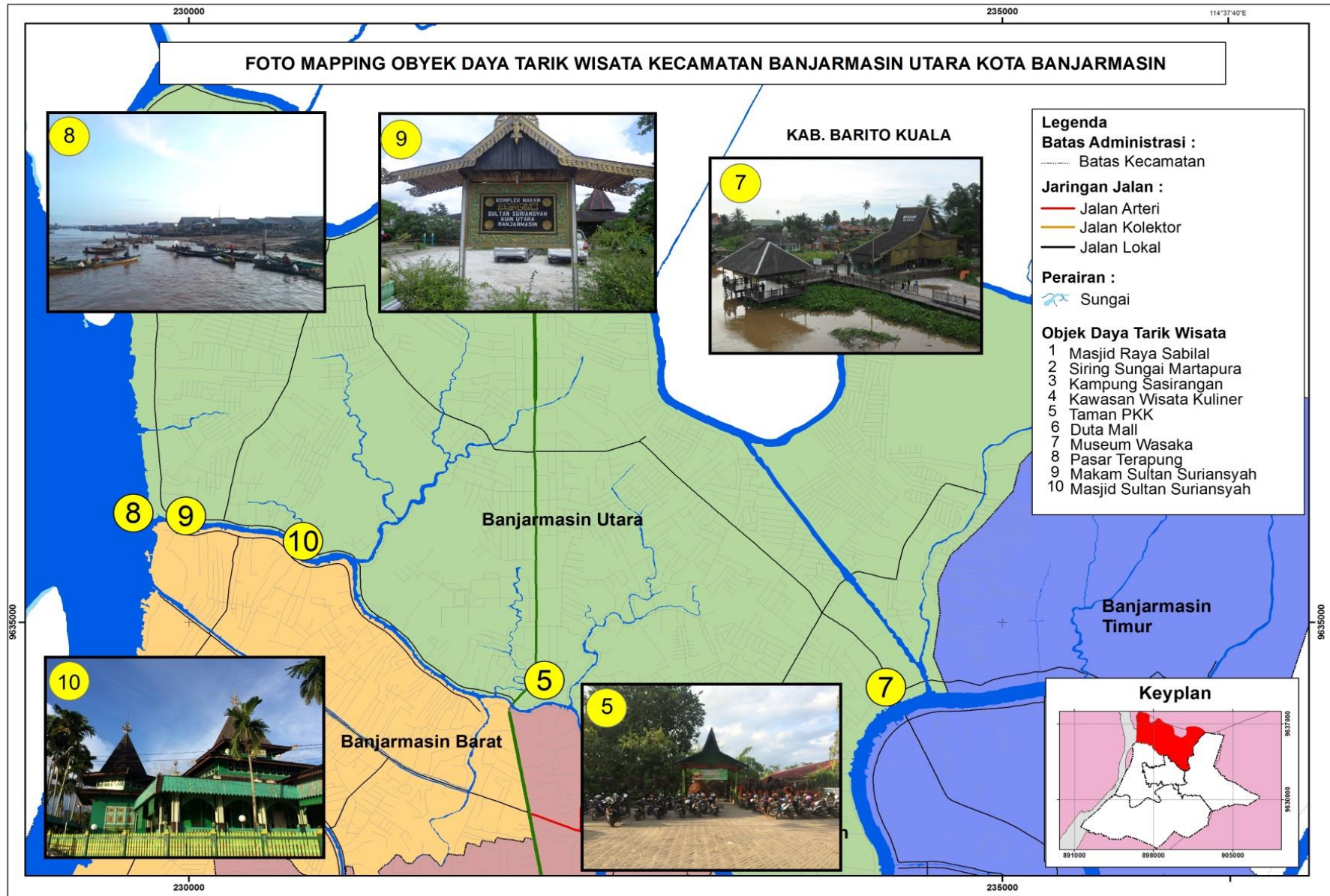
Tahun	Akomodasi	ODTW Kota
2012	92	32
2013	93	44
2014	99	49
2015	98	51
2016	99	51

Sumber: Banjarmasin Dalam Angka (2017)

Berkembangnya jumlah akomodasi dan obyek daya tarik wisata di Kota Banjarmasin dari tahun ke tahun, belum dapat meningkatkan jumlah wisatawan yang datang. Hal ini memberikan gambaran bahwa pariwisata Kota Banjarmasin dapat dianggap belum berkembang secara optimal sebagai salah satu tujuan destinasi pariwisata kota di Indonesia.



Gambar 4.20 Foto Mapping Obyek Daya Tarik Wisata Kecamatan Banjarmasin Tengah



Gambar 4.21 Foto Mapping Obyek Daya Tarik Wisata Kecamatan Banjarmasin Utara

4.2 Karakteristik Destinasi Pariwisata Kota Banjarmasin

Karakteristik destinasi pariwisata Kota Banjarmasin terdiri dari berbagai macam aspek, yaitu karakteristik daya tarik wisata, karakteristik fasilitas pariwisata, karakteristik aksesibilitas, karakteristik fasilitas umum dan karakteristik masyarakat yang ada di kawasan pariwisata. Aspek-aspek tersebut merupakan bagian dari karakter destinasi pariwisata yang akan dibahas pada sub bab berikut ini.

4.2.1 Karakteristik Daya Tarik Wisata

Berbagai macam obyek daya tarik wisata yang ada di Kota Banjarmasin yang sudah dibahas pada bab 4.1.4 terdiri dari wisata alam dan budaya serta wisata buatan yang membentuk suatu tipologi daya tarik wisata perkotaan. Tiap obyek daya tarik wisata tersebut dijelaskan dengan melalui 3 (tiga) aspek yang biasanya terdapat pada obyek wisata yaitu sesuatu untuk dilihat (*something to see*) seperti atraksi yang disediakan atau pemandangan yang ada, sesuatu untuk dilakukan (*something to do*) karena adanya fasilitas-fasilitas yang tersedia di obyek wisata sehingga wisatawan dapat melakukan kegiatan kepariwisataannya, dan sesuatu untuk dibeli (*something to buy*) sebagai cinderamata maupun barang atau jasa yang menunjang kegiatan wisatawan di obyek wisata.

Tabel 4.4
Tipologi daya tarik wisata Kota Banjarmasin

No.	Jenis daya tarik	Obyek daya tarik wisata	Sesuatu yang dilihat	Sesuatu yang dilakukan	Sesuatu yang dibeli
1.	Wisata alam dan budaya	Pasar Terapung Muara Kuin	Pemandangan sungai-sungai Kota Banjarmasin yang biasanya terdapat permukiman masyarakat di sekitaran tepi sungainya. Ketika berada di lokasi wisata dapat dilihat beberapa perahu penjual dan pembeli saling berkumpul dan melintas	Menyusuri sungai Kota Banjarmasin menggunakan 'klotok' (perahu bermesin)	Makanan dan jajanan khas Kota Banjarmasin, juga terdapat buah-buahan dan sayuran
2.	Wisata budaya	Kampung Sasirangan	Proses pembuatan kain sasirangan di perkampungan yang hampir seluruh warganya menekuni usaha kain tersebut	Belajar membuat kain sasirangan, membeli kain	Kain sasirangan sebagai cinderamata khas Kota Banjarmasin
3.	Wisata buatan/minat khusus	Masjid Sultan Suriansyah	Bentuk arsitektural bangunan masjid	Ibadah dan edukasi sejarah Kerajaan Banjar	Tidak ada
		Makam Sultan Suriansyah	Makam Raja Banjar pertama dan bangsawan lainnya	Ziarah dan edukasi sejarah Kerajaan Banjar	Tidak ada
		Masjid Raya Sabilal Muhtadin	Bangunan megah masjid yang dibangun dengan marmer keseluruhan	Ibadah, bersantai dan berolahraga di kompleks masjid	Tidak ada



No.	Jenis daya tarik	Obyek daya tarik wisata	Sesuatu yang dilihat	Sesuatu yang dilakukan	Sesuatu yang dibeli
		Museum Wasaka	Museum yang berbentuk bangunan khas Banjar, di dalamnya terdapat benda-benda peninggalan zaman perjuangan	Mengamati dan melihat benda-benda peninggalan zaman perjuangan	Tidak ada
	Kawasan Wisata Kuliner		Pemandangan sungai Martapura dan patung Bekantan yang berada di siring Sungai Martapura	Makan dan minum	Makanan dan jajanan khas Kota Banjarmasin
	Taman Agro Wisata PKK		Berbagai macam flora dan fauna	Berkeliling dan menikmati suasana taman	Makanan dan minuman
	Duta Mall		Pertokoan modern	Berbelanja, hiburan, kuliner	Hiburan, pakaian, makanan dan minuman
	Siring Sungai Martapura		Pemandangan Sungai Martapura dengan bangunan-bangunan arsitektural yang ada di siring	Menaiki perahu, berkeliling siring, berbelanja di pasar terapung	Jajanan khas Kota Banjarmasin

Sumber: Hasil Survey, 2017

Berdasarkan tabel 4.4 dapat diketahui bahwa tipologi daya tarik wisata yang ada di Kota Banjarmasin adalah wisata *heritage* dan peninggalan sejarah, wisata religi, wisata belanja dan kuliner, serta wisata rekreasi dan hiburan.

A. Wisata *Heritage*, Peninggalan Sejarah, dan Religi

Wisata *heritage* dan peninggalan sejarah yang ada di Kota Banjarmasin menjadi daya tarik yang dipengaruhi oleh keberadaan sungai beserta transportasinya dan peninggalan sejarah Kerajaan Banjar maupun jaman perjuangan. Sejarah Kerajaan Banjar juga memiliki nuansa islami sehingga wisata religi merupakan bagian dari kegiatan kepariwisataan Kota Banjarmasin. Adanya Museum Wasaka sebagai tempat untuk menyimpan pusaka-pusaka atau peralatan pada masa perjuangan untuk mengenang sejarah Kota Banjarmasin. Potensi pengembangan wisata *heritage* dapat dilihat dari wisata pasar terapung yang berada di muara kuin yang masih terjaga keberadaannya walaupun pasar dan transportasi darat lebih memudahkan, namun nilai budaya dan sejarah panjang masyarakat Banjar dari pasar terapung tersebut masih tetap ada dan memiliki khas tersendiri dalam mencari pengalaman berwisata. Kota Banjarmasin juga memiliki peninggalan sejarah warisan Kerajaan Banjar yaitu makam dari raja pertamanya Sultan Suriansyah dan Masjid pertama yang dibangun di Kota Banjarmasin yaitu Masjid Sultan Suriansyah. Kedua tempat tersebut masih ramai dikunjungi masyarakat sekitar bahkan wisatawan dari daerah lain untuk berwisata religi, berziarah dan beribadah. Selain Masjid

Sultan Suriansyah, terdapat Masjid Raya Sabilal Muhtadin yang menjadi salah satu ikon Kota Banjarmasin karena berada di tengah pusat kota, yang menyimbolkan bahwa Kota Banjarmasin merupakan kota yang religius. Masjid tersebut tidak pernah sepi dari pengunjung yang ingin beribadah.

B. Wisata Belanja dan Kuliner

Jumlah tempat kuliner dan belanja yang banyak dan pertumbuhannya yang cepat menjadikan kegiatan wisata belanja dan kuliner daya tarik yang juga mendominasi di Kota Banjarmasin. Melihat adanya potensi akan wisata kuliner, pemerintah kota membangun obyek wisata di tepi sungai yang berfokus pada kuliner khas Banjarmasin yaitu Kawasan Wisata Kuliner. Selain kuliner, wisata belanja juga diakomodir oleh pemerintah dengan adanya Duta Mall sebagai pusat perbelanjaan modern dan Kampung Sasirangan sebagai pusat perbelanjaan kain sasirangan yang merupakan cinderamata khas Kota Banjarmasin.

Adanya obyek wisata yang khusus sebagai tempat kuliner dan pusat perbelanjaan serta letaknya yang berdekatan di pusat kota memudahkan masyarakat untuk melakukan kegiatan berwisata khususnya belanja dan kuliner.

C. Wisata Rekreasi dan Hiburan

Sebagai kota yang dikenal dengan julukan Kota Seribu Sungai, keberadaan sungai-sungai di Kota Banjarmasin dimanfaatkan sebagai wahana rekreasi dan hiburan. Siring Sungai Martapura yang berfungsi sebagai pelindung abrasi juga dimanfaatkan sebagai tempat rekreasi dan hiburan bagi masyarakat maupun wisatawan. Adanya bangunan Patung Bekantan, Menara Pantau, Tugu 0 Km Kota Banjarmasin, pasar terapung, dan taman siring yang berada di Siring Sungai Martapura menjadikannya sebagai tempat favorit wisatawan untuk bersantai, rekreasi, dan menikmati hiburan yang ada. Selain siring sungai, Taman Agro Wisata PKK juga dijadikan sebagai tempat rekreasi dan hiburan.

Taman Agro Wisata PKK yang merupakan taman bentukan dari gagasan organisasi PKK Kota Banjarmasin tersebut terdapat berbagai macam flora dan fauna khas Kalimantan maupun luar daerah yang dapat dilihat dan diamati, sebagai edukasi maupun hiburan bagi wisatawan.

4.2.2 Karakteristik Fasilitas Pariwisata

Fasilitas pariwisata yang ada di Kota Banjarmasin terdiri dari perusahaan-perusahaan yang usaha kegiatannya mempersiapkan dan merencanakan perjalanan wisatawan (*Receptive Tourist Plant*) dan yang memberikan pelayanan di daerah di tempat ke mana wisatawan pergi (*Residential Tourist Plant*). Fasilitas-fasilitas tersebut dapat dikategorikan sebagai berikut.

A. Sarana Akomodasi

Banjarmasin merupakan ibukota provinsi yang sekaligus menjadi pusat perdagangan dan jasa di Kalimantan Selatan. Seiring dengan semakin meningkatnya aktivitas perekonomian dan pariwisata maka meningkat pula pertumbuhan perhotelan baik itu hotel bintang maupun akomodasi lainnya.

Tabel 4.5

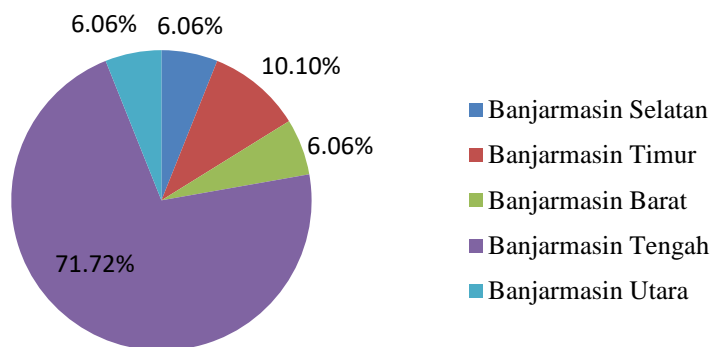
Akomodasi Menurut Kecamatan Di Kota Banjarmasin

Kecamatan	Hotel Berbintang	Hotel Non Bintang	Jumlah Akomodasi
Banjarmasin Selatan	3	3	6
Banjarmasin Timur	5	5	10
Banjarmasin Barat	3	3	6
Banjarmasin Tengah	17	54	71
Banjarmasin Utara	3	3	6
Jumlah	31	68	99

Sumber: Banjarmasin Dalam Angka, 2017

Sesuai data Banjarmasin Dalam Angka pada tahun 2016, jumlah usaha akomodasi di Kota Banjarmasin sebanyak 99 usaha yang dapat dirinci menjadi 31 usaha hotel berbintang dan 68 usaha hotel non bintang (melati dan lainnya). Jika dirinci menurut kecamatan, jumlah usaha akomodasi terbanyak berada di Kecamatan Banjarmasin Tengah yaitu sebanyak 71 usaha atau sebesar 71,72% dari semua akomodasi yang ada di Kota Banjarmasin.

Persentase Akomodasi per Kecamatan



Banyaknya akomodasi yang terpusat dikarenakan Banjarmasin Tengah merupakan pusat kegiatan perkotaan, seperti perdagangan, pemerintahan, dan tentunya kepariwisataan. Di Kecamatan ini juga terdapat 5 (lima) obyek daya tarik wisata andalan Kota Banjarmasin yaitu Siring Sungai Martapura, Masjid Raya Sabilal Muhtadin, Kawasan Wisata Kuliner, Kampung Sasirangan, dan Duta Mall. Oleh karena itu pembangunan akomodasi lebih dikembangkan di Kecamatan Banjarmasin Tengah sebagai kawasan bisnis dan wisata untuk memfasilitasi para wisatawan.



Gambar 4.22 Salah satu hotel bintang dan non-bintang di Kecamatan Banjarmasin Tengah

B. Sarana Rumah Makan atau Restoran

Usaha rumah makan atau restoran di Kota Banjarmasin merupakan usaha yang berjumlah sangat banyak dan pertumbuhannya sangat cepat. Usaha ini tersebar merata di setiap kecamatan, tetapi di dalam konteks kepariwisataan terdapat beberapa rumah makan yang dijadikan sebagai daya tarik wisata. Beberapa contohnya adalah Soto Banjar Bang Amat dan Lontong Orari. Rumah makan Soto Banjar Bang Amat terletak di tepi sungai sehingga dapat diakses melalui jalur darat maupun sungai. Hal ini menjadi nilai tambah dibandingkan dengan rumah makan yang juga menyediakan menu khas soto banjar karena terkait dengan ciri khas Kota Banjarmasin yang masih membudayakan transportasi sungai. Sedangkan rumah makan Lontong Orari merupakan rumah makan yang beroperasi 24 jam yang menyediakan menu ketupat sayur khas Banjarmasin. 2 (dua) rumah makan tersebut biasanya menjadi tempat favorit wisatawan ketika berada di Kota Banjarmasin.



Gambar 4.23 Usaha rumah makan Soto Banjar Bang Amat dan Lontong Orari
Sumber: google.co.id (2017)

Adanya rumah makan yang dijadikan sebagai daya tarik bagi wisatawan membuat pemerintah membangun obyek daya tarik wisata yang khusus menyediakan kuliner dengan tetap mempertahankan ciri khas sungainya seperti Kawasan Wisata Kuliner. Obyek yang berada di pinggir sungai Martapura tersebut ada di pusat kota dan mudah untuk dikunjungi, melalui jalur darat maupun jalur sungai. Akan tetapi dibandingkan dengan rumah makan lain seperti Soto Banjar Bang Amat dan Lontong Orari, dan perkembangan



pusat-pusat kuliner lain yang begitu cepat, tempat kuliner ini dapat dikatakan sepi pengunjung. Jenis kuliner yang hampir sama di setiap *stand* dan kurangnya promosi membuat wisatawan lebih memilih mengunjungi tempat kuliner lainnya sebagai bagian dari kegiatan wisatanya.

C. Pusat Informasi Wisata

Pusat informasi wisata merupakan suatu tempat atau wadah yang bertujuan untuk memudahkan wisatawan memperoleh informasi mengenai pariwisata. Dalam hal ini, Pemerintah Kota Banjarmasin sejak tahun 2014 menetapkan Menara Pandang yang ada di Siring Sungai Martapura sebagai tempat pusat informasi wisata Kota Banjarmasin dan sekitarnya karena letaknya yang strategis, berada di pusat kota dan di obyek wisata yang menjadi ikon Kota Banjarmasin. Selain itu bentuk arsitektural bangunan berlantai 3 (tiga) tersebut yang khas dan *eyecatching* sehingga sangat mudah dikenali oleh para wisatawan menjadi nilai tambah sebagai pusat informasi wisata.



Menara Pandang sebagai Pusat Informasi Wisata

Walaupun demikian peran dari Menara Pandang sebagai pusat informasi wisata masih kurang aktif. Dengan jam operasional dari pukul 08.00 hingga 21.00, Menara Pandang sering dijumpai masih tutup dan tidak ada petugas yang berwenang mengoperasikan Menara Pandang sebagai pusat informasi wisata. Menara Pandang sebagai pusat informasi wisata juga belum efektif karena wisatawan saat ini dapat dengan mudah memperoleh informasi wisata melalui *gadget* dan internet serta informasi-informasi langsung dari biro perjalanan wisata yang mereka gunakan.

D. Pusat atau Toko Cenderamata

Kota Banjarmasin memiliki oleh-oleh khas daerah salah satunya yaitu Kain Sasirangan. Terdapat 38 usaha pengrajin sasirangan yang beroperasi di Kota Banjarmasin (KDA, 2017). Untuk lebih memudahkan wisatawan berbelanja ataupun mempelajari proses pembuatan Kain Sasirangan, pemerintah kota juga mengakomodir suatu kawasan khusus yaitu Kampung Sasirangan yang dijadikan sebagai obyek daya tarik wisata. Selain

Kain Sasirangan, masih banyak usaha oleh-oleh souvenir dari Kota Banjarmasin seperti makanan khas (amplang, wadal bingka, dan lain-lain), aksesoris, rotan, ramuan tradisional, dan lain sebagainya.

Keberadaan Kampung Sasirangan sebagai pusat cinderamata belum didukung dengan fasilitas-fasilitas di kawasan tersebut. Jalan sempit, fasilitas parkir yang belum memadai, dan kesan ‘kampung’ yang belum ditata rapi sedemikian rupa menjadi penilaian negatif. Lokasinya yang berada di pusat kota masih terkendala dengan kemacetan yang sering terjadi di kawasan tersebut. Sehingga masih banyak wisatawan yang belum mengetahui adanya Kampung Sasirangan sebagai pusat cinderamata kain sasirangan. Wisatawan masih memilih ke toko-toko cinderamata lain yang letaknya cukup jauh dari pusat kota dan obyek-obyek daya tarik wisata.

E. Pos Keamanan dan Kesehatan

Sebagai ibukota provinsi, Kota Banjarmasin tentu memiliki fasilitas-fasilitas keamanan dan kesehatan yang juga menjadi sarana bagi wisatawan. Pada bidang keamanan, terdapat 5 (lima) kantor polisi sektor kota di tiap kecamatan dan 1 (satu) kantor polisi resort kota sebagai pusatnya. Data dari kepolisian Resort Kota Banjarmasin menunjukkan bahwa peristiwa kejahatan selama tahun 2016 telah terjadi sebanyak 1.265 kasus yang dilaporkan. Dari jumlah tersebut sudah diselesaikan sebanyak 74,15% dari jumlah seluruh kasus. Dengan tingkat penyelesaian diatas 50% menandakan bahwa kinerja dari pihak yang berwenang atas keamanan Kota Banjarmasin sudah baik dan tentunya dapat ditingkatkan hingga 100% sebagai bentuk pelayanan keamanan bagi wisatawan. Di bidang kesehatan, berdasarkan data dari Banjarmasin Dalam Angka tahun 2017, ketersediaan dan jenis sarana kesehatan yang ada dapat dilihat dalam tabel 4.6 berikut.

Tabel 4.6
Sarana Kesehatan Menurut Kecamatan di Kota Banjarmasin

Jenis Sarana Kesehatan	Banjarmasin Selatan	Banjarmasin Timur	Banjarmasin Tengah	Banjarmasin Barat	Banjarmasin Utara	Jumlah
Rumah sakit umum	0	3	3	2	1	9
Rumah sakit bersalin	0	0	1	0	0	1
Puskesmas	6	6	5	5	4	26
Puskesmas Pembantu	11	7	3	7	7	35
Puskesmas Keliling	23	26	23	13	12	95
Posyandu	83	84	65	76	82	390
Jumlah	123	126	100	103	106	556

Sumber: Banjarmasin Dalam Angka, 2017



Sarana fasilitas kesehatan di Kota Banjarmasin yang tersedia terdiri dari rumah sakit umum, rumah sakit bersalin, puskesmas, puskesmas pembantu, puskesmas keliling, dan posyandu. Selain fasilitas-fasilitas tersebut, Kota Banjarmasin juga memiliki 33 klinik dan 163 apotik untuk mendukung tingkat kesehatan masyarakat. Di sisi tenaga kerja kesehatan, di Kota Banjarmasin terdapat 152 dokter umum, 248 dokter spesialis, 45 dokter gigi, dan 1.665 paramedis. Dengan sarana dan tenaga kesehatan yang tersedia dan tersebar di tiap kecamatan dapat dibidang sarana kesehatan di Kota Banjarmasin termasuk lengkap dan dapat berfungsi untuk melayani kebutuhan wisatawan.

F. Biro Perjalanan Wisata

Di Kota Banjarmasin jumlah biro perjalanan atau agen travel yang beroperasi sesuai dengan data dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata tahun 2016 tercatat ada 102 agen travel. Selain menjadi sarana dan fasilitator wisatawan untuk mengunjungi Kota Banjarmasin, travel-travel tersebut juga menyediakan paket wisata yang disarankan oleh pihak Dinas Kebudayaan dan Pariwisata yaitu *Banjarmasin Heritage Tour*. Paket wisata selama 3 hari 2 malam tersebut terbagi menjadi 3 (tiga) sesi. Sesi pertama atau hari pertama adalah *Banjarmasin City Tour*, yaitu tur yang dipusatkan di dalam Kota Banjarmasin yang ditempuh dengan kendaraan darat. Sesi kedua atau hari kedua adalah Wisata Susur Sungai, yaitu tur khusus menyusuri sungai di Kota Banjarmasin dan mengunjungi objek wisata yang dapat ditempuh dengan transportasi sungai. Kemudian sesi terakhir adalah wisata ke Martapura, yaitu perjalanan wisata belanja maupun religi ke Martapura yang terkenal akan batu permata intan dan batu hias lainnya. Selain paket wisata tadi tersedia paket wisata lainnya sesuai dengan kebutuhan wisatawan dan kebijakan dari biro perjalanan terkait.

4.2.3 Karakteristik Aksesibilitas

Aksesibilitas merupakan aspek penting bagi wisatawan untuk melakukan pergerakan menuju destinasi maupun ketika berada di destinasi. Aspek aksesibilitas terdiri dari beberapa bagian yaitu penanda jalan, akses menuju obyek daya tarik, moda transportasi, waktu tempuh, biaya perjalanan, dan frekuensi kendaraan yang akan dibahas pada sub bab berikut.

A. Penanda Jalan

Penanda jalan (*road signage*) berfungsi sebagai *guide* bagi wisatawan untuk menentukan arah menuju destinasi maupun obyek-obyek daya tarik wisata. Di Kota Banjarmasin penanda jalan sudah sangat jelas dan informatif terutama ke tempat-tempat obyek daya tarik wisata. Penanda jalan tersebut juga terdapat pada obyek daya tarik untuk

menunjukkan tempat-tempat atraksi yang tersedia. Akan tetapi tidak semua obyek wisata di Kota Banjarmasin terdapat penanda jalan. Selain ke obyek wisata, penanda jalan dari luar kota menuju Kota Banjarmasin juga tersedia ditambah dengan gapura selamat datang yang mempertegas lokasi destinasi wisata Kota Banjarmasin.

B. Akses Menuju Obyek Daya Tarik

Akses menuju obyek daya tarik Kota Banjarmasin dimulai dengan memasuki gerbang wilayah Kota Banjarmasin yang ditandai dengan Gapura Selamat Datang Kota Banjarmasin apabila wisatawan melalui jalur darat. Di jalur laut, kedatangan wisatawan ada pada pelabuhan satu-satunya di Banjarmasin yaitu Pelabuhan Trisakti sebagai gerbang Kota Banjarmasin dari jalur laut.



Gapura Selamat Datang Kota Banjarmasin

Kota Banjarmasin memiliki 10 obyek daya tarik wisata yang sebelumnya sudah dijelaskan pada bab 4.1.4 yang dapat diakses melalui 2 jalur, yaitu jalur darat dan jalur sungai. Seluruh obyek daya tarik tersebut dapat diakses melalui jalur darat dan ada beberapa obyek wisata yang terkoneksi dengan jalur sungai sehingga dapat ditempuh dengan menggunakan transportasi air. Obyek daya tarik wisata yang dapat ditempuh melalui jalur sungai yaitu Museum Wasaka – Masjid Sultan Suriansyah – Makam Sultan Suriansyah – Pasar Terapung Muara Kuin – Masjid Raya Sabilal Muhtadin – Siring Sungai Martapura – Kawasan Wisata Kuliner. Wisatawan dapat memulai wisata melalui jalur sungai dari 2 (dua) titik yaitu dari dermaga Masjid Sultan Suriansyah atau dari dermaga Siring Sungai Martapura. Kemudahan dan keunikan akses melalui jalur sungai dapat dijadikan sebagai daya tarik tersendiri bagi wisatawan.

C. Moda Transportasi

Moda transportasi wisatawan terbagi menjadi 2 (dua), ada transportasi wisatawan untuk menuju Kota Banjarmasin dan transportasi wisatawan di dalam Kota Banjarmasin. Transportasi menuju Kota Banjarmasin tersedia jalur udara, laut, dan darat. Untuk jalur udara tersedia bandar udara Syamsuddin Noor yang terletak di Kabupaten Banjar yang

berjarak sekitar 40 menit dari Kota Banjarmasin. Terdapat berbagai maskapai penerbangan yang dapat digunakan wisatawan dari kota-kota lainnya seperti Jakarta, Surabaya, dan sebagainya menuju Banjarmasin dengan jadwal tertentu. Di jalur laut tersedia Pelabuhan Laut Trisakti sebagai akses kapal wisatawan masuk ke Banjarmasin. Kemudian di jalur darat wisatawan dapat menggunakan kendaraan roda empat atau dua maupun bis wisata menuju Kota Banjarmasin.



Gambar 4.24 Ilustrasi transportasi wisatawan menuju Kota Banjarmasin

Sumber: google.co.id (2017)

Untuk transportasi wisatawan di dalam Kota Banjarmasin, tersedia berbagai moda yang dapat digunakan di jalur darat maupun sungai. Selain itu dengan adanya angkutan berbasis *online* yang sudah ada di Banjarmasin membantu pergerakan wisatawan nusantara maupun mancanegara.



Gambar 4.25 Ilustrasi transportasi wisatawan di dalam Kota Banjarmasin

Sumber: google.co.id (2017)

D. Waktu tempuh

Waktu tempuh yang diperlukan untuk menuju Kota Banjarmasin bervariasi tergantung moda transportasi yang digunakan wisatawan. Apabila menggunakan jalur udara dengan pesawat terbang rata-rata waktu yang ditempuh 50 menit hingga 1,5 jam dari bandar udara luar pulau (Surabaya, Jakarta, Makassar, dan lain-lain). Melalui jalur laut, kapal pengangkut penumpang menempuh waktu sekitar 1 hari atau 2 hari tergantung dari cepat tidaknya persiapan keberangkatan kapal menuju Kota Banjarmasin. Sedangkan jalur darat untuk menuju Kota Banjarmasin dapat ditempuh dengan relatif waktu sekitar 1-3 jam dari kota-kota disekitarnya, seperti Kota Banjarbaru atau Kota Palangkaraya, Kalimantan

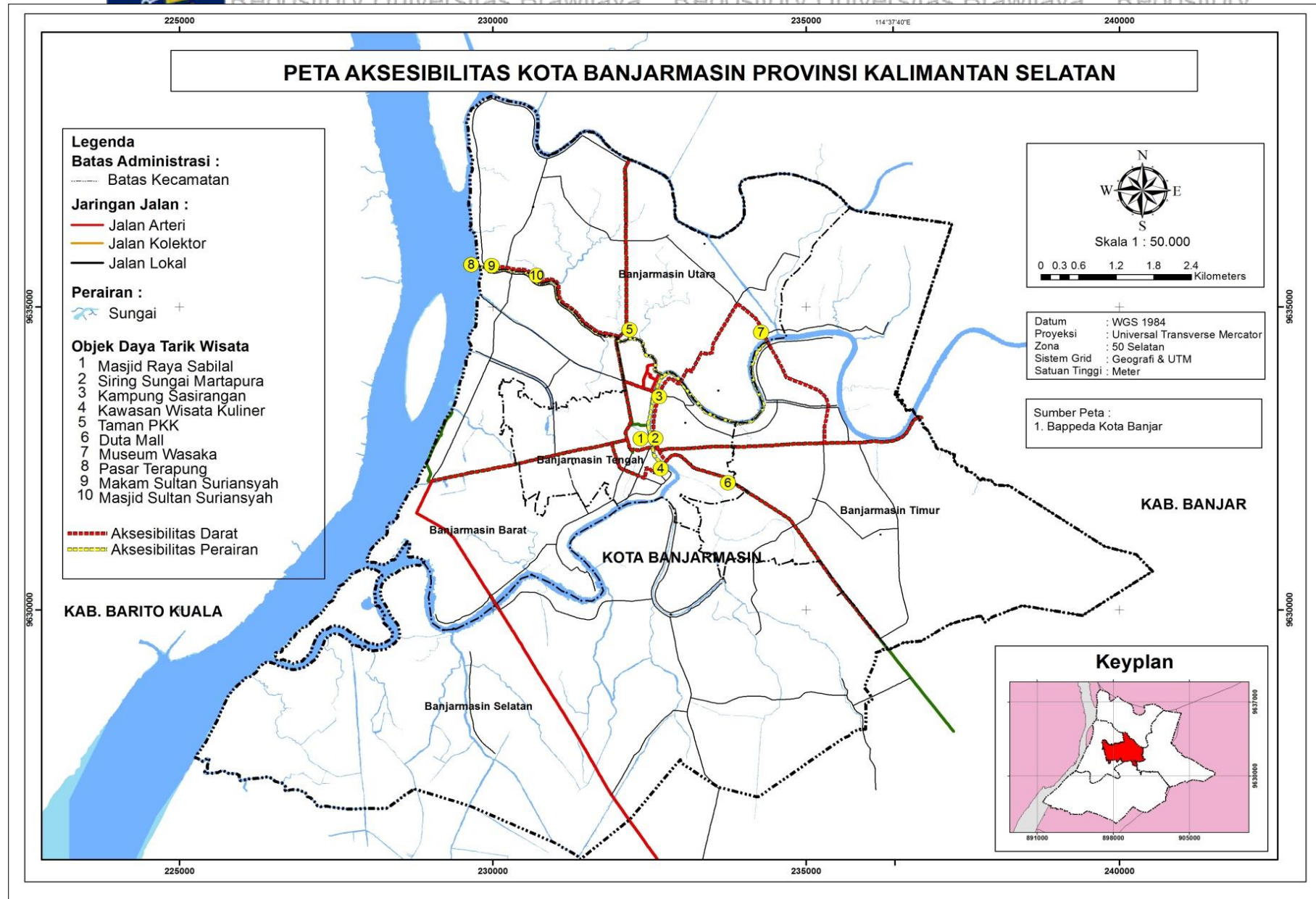
Tengah. Ketika berada di Kota Banjarmasin, waktu yang ditempuh untuk berkeliling mengunjungi obyek daya tarik wisata ke obyek daya tarik wisata lainnya hanya dibutuhkan waktu sekitar 10 – 45 menit karena letaknya obyek yang saling berdekatan dan berkumpul pada satu kecamatan saja dan akses yang dilalui tidak sulit.

E. Biaya perjalanan

Biaya perjalanan untuk menuju Kota Banjarmasin berkisar antara 200 – 900 ribu Rupiah. Biaya termurah biasanya didapatkan apabila wisatawan menggunakan jalur darat atau jalur laut dan biaya termahal didapatkan wisatawan apabila menggunakan jalur udara. Untuk biaya perjalanan mengunjungi obyek-obyek wisata ketika berada di Kota Banjarmasin khususnya obyek daya tarik wisata yang berada di sungai maupun di tepian sungai maka wisatawan harus mengeluarkan ongkos sebesar 400 hingga 700 ribu Rupiah sebagai biaya antar dan sewa perahu klotok untuk mengarungi sungai di Kota Banjarmasin.

F. Frekuensi kendaraan

Frekuensi kendaraan ke Kota Banjarmasin pada jalur udara terdapat 8 maskapai penerbangan yang beroperasi dengan total 52 jadwal penerbangan langsung dari seluruh kota di Indonesia. Sedangkan pada jalur laut terdapat beberapa kapal motor penumpang yang melayani rute ke Kota Banjarmasin dengan jadwal 3 kali dalam seminggu. Menurut data Banjarmasin Dalam Angka pada tahun 2016 sudah terdapat 255 unit kapal penumpang yang berlabuh di Kota Banjarmasin. Di jalur darat wisatawan dari luar daerah dapat memanfaatkan bis wisata sebagai alternatif menuju Kota Banjarmasin dengan jadwal yang sudah ditentukan. Adapun jadwal dari Perusahaan Otobis antar provinsi dan kota sekitar Banjarmasin yang jumlahnya cukup banyak beroperasi bervariasi dengan total kurang lebih 106 jadwal keberangkatan.



Gambar 4.26 Peta Aksesibilitas

4.2.4 Karakteristik Fasilitas Umum

Fasilitas umum merupakan bagian penting dari suatu perkotaan dalam melayani kebutuhan masyarakatnya apalagi menjadi pendukung dalam kegiatan kepariwisataan. Pada bab berikut ini akan dibahas mengenai karakteristik fasilitas-fasilitas umum yang ada di Kota Banjarmasin seperti jalan, air bersih, listrik, telekomunikasi, sanitasi dan sampah.

A. Jalan

Banjarmasin yang merupakan wilayah perkotaan memiliki jalan sepanjang 751,81 kilometer. Jalan dengan kondisi yang baik ada sepanjang 254,13 kilometer atau sebesar 33,80%. Selain itu masih ada jalan yang kondisinya masih rusak yaitu sepanjang 128,62 kilometer atau sebesar 17,11% dan jalan yang rusak berat sepanjang 9,11 kilometer. Jika dilihat dari jenis permukaannya, jalan yang sudah diaspal ada sepanjang 408,26 kilometer atau sebesar 54,3%. Selain itu masih ada 342,92 kilometer jalan yang permukaannya berupa kerikil, pengerasan batu atau beton dan sepanjang 0,63 kilometer masih tanah.

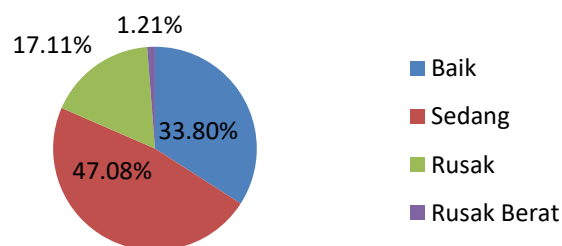
Tabel 4.7

Panjang dan Kondisi Jalan Menurut Kecamatan di Kota Banjarmasin

No.	Jenis Permukaan dan Keadaan Jalan	Banjarmasin Selatan (Km)	Banjarmasin Timur (Km)	Banjarmasin Barat (Km)	Banjarmasin Tengah (Km)	Banjarmasin Utara (Km)	Jumlah
1.	Jenis Permukaan						
	• Aspal	113,22	81,99	47,40	44,68	120,96	408,25
	• Krikil/pengerasan batu/beton	71,24	57,20	82,16	33,28	99,04	342,92
	• Tanah	-	-	-	-	0,63	0,63
	Jumlah	184,46	139,19	129,56	77,96	220,63	751,81
2.	Kondisi jalan						
	• Baik	84,50	21,92	31,19	26,93	89,59	254,13
	• Sedang	60,47	102,65	57,88	31,47	107,47	353,94
	• Rusak	35,61	13,41	40,18	17,93	21,49	128,62
	• Rusak berat	3,88	1,21	0,31	1,63	2,08	9,11
	Jumlah	184,46	139,19	129,56	77,96	220,63	751,81

Sumber: Banjarmasin Dalam Angka, 2017

Persentase Kondisi Jalan di Kota Banjarmasin



Persentase Kondisi Jalan Kota Banjarmasin



Berdasarkan hasil data yang sudah dikumpulkan, 47,08% atau hampir setengah dari panjang jalan yang ada di Kota Banjarmasin masuk dalam kategori kondisi sedang. Walaupun kondisi ini masih dapat dianggap layak akan tetapi perlu adanya perhatian dari pemerintah agar kondisi jalan ini tidak menjadi rusak ataupun rusak berat, terutama di kawasan obyek daya tarik wisata.

B. Air Bersih

Kebutuhan air bersih di Kota Banjarmasin terus meningkat setiap tahun. Konsumen terbanyak berasal dari kelompok nirlaba yang salah satunya konsumen rumah tangga. Jumlah pelanggan untuk golongan rumah tangga (Non Niaga) di tahun 2016 adalah sebanyak 143.720 atau sebesar 91,14% dari total seluruh pelanggan dengan jumlah total pemakaian air mencapai 33.743.136m³.

Tabel 4.8

Jumlah pelanggan air bersih menurut jenis konsumen 2014-2016

Jenis Pelanggan	2014	2015	2016
Sosial	2.275	2.155	2.246
Niaga	11.692	10.792	11.462
Non Niaga	144.944	141.575	143.720
Industri	139	89	90
Air curah	6	4	4
Jumlah	159.056	154.615	157.542

Sumber: Banjarmasin Dalam Angka, 2015-2017

C. Listrik

Sebagian besar kebutuhan tenaga listrik Kota Banjarmasin dipenuhi oleh Perusahaan Umum Listrik Negara. Jumlah pelanggan selama tahun 2016 tercatat sebanyak 561.954 pelanggan dengan listrik terjual sebanyak 665.065.232 KWh. Pelanggan terbanyak adalah jenis pelanggan umum sebesar 557.827 pelanggan atau 99,27% dari total pelanggan. Jumlah pelanggan PLN pada tahun 2016 mengalami peningkatan sebesar 6,11% dibandingkan tahun 2015 yang jumlah pelanggannya sebanyak 529.576. Khusus untuk jenis prabayar, tarif ini selalu mengalami peningkatan setiap tahun yang mana pada tahun 2016 sudah mencapai 193.226 pelanggan

Tabel 4.9

Jumlah Pelanggan PLN Kota Banjarmasin Menurut Jenis Pelanggan 2014-2016

Jenis Pelanggan	2014	2015	2016
Umum	497.529	526.087	557.827
ABRI	985	950	1.026
Non ABRI	638	620	694
PEMKO	1.581	1.617	2.070
BUMN	312	302	337
Jumlah	501.045	529.576	561.954

Sumber: Banjarmasin Dalam Angka, 2017

D. Telekomunikasi

Adanya BTS (Base Transceiver Station) yaitu infrastruktur telekomunikasi yang memfasilitasi komunikasi nirkabel antara piranti dan jaringan operator merupakan suatu hal yang sangat penting karena memudahkan masyarakat maupun wisatawan dalam berkomunikasi dan memperoleh informasi. Di Kota Banjarmasin, jumlah BTS sudah tersebar hampir merata di semua kecamatan. Kecamatan Banjarmasin Tengah merupakan yang terbanyak yaitu 21 lokasi BTS kemudian diikuti oleh Banjarmasin Utara sebanyak 17 BTS. Untuk Kecamatan Banjarmasin Selatan, Banjarmasin Timur, dan Banjarmasin Barat masing-masing sebanyak 14, 12, dan 15 BTS.

E. Pembuangan air kotor, sanitasi, dan sampah

Dalam menangani sistem air kotor dan sanitasi di Kota Banjarmasin sudah terdapat Perusahaan Daerah Pengelola Air Limbah (PD PAL) dengan jumlah 4.485 pelanggan di tahun 2016. Jumlah pelanggan mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya yang berjumlah 4.222 pelanggan. Untuk menangani persampahan di Kota Banjarmasin sudah terdapat Tempat Pembuangan Sampah (TPS) sejumlah 123 TPS dengan total kapasitas 1.063,95 m³. TPS terbanyak berada di Kecamatan Banjarmasin Tengah dengan jumlah 35 TPS.

Tabel 4.10

Jumlah Tempat Pembuangan Sampah (TPS) Kota Banjarmasin Menurut Kecamatan

No.	Kecamatan	Jumlah TPS	Kapasitas (m ³)
1.	Banjarmasin Utara	10	99,5
2.	Banjarmasin Selatan	16	312,5
3.	Banjarmasin Tengah	35	164,25
4.	Banjarmasin Timur	19	233,5
5.	Banjarmasin Barat	43	254,2
Jumlah		123	1.063,95

Sumber: Banjarmasin Dalam Angka, 2017

4.2.5 Karakteristik Masyarakat

Kota Banjarmasin ditempati oleh penduduk asli dan pendatang. Penduduk asli atau pribumi adalah suku Banjar yang terdiri dari Suku Banjar Pahuluan dan Suku Banjar Batang Banyu. Sedangkan penduduk pendatang terdiri dari suku Jawa, Madura, Bajau, Bugis, Cina, dan Arab. Penduduk Kota Banjarmasin memiliki karakter mudah bergaul dan terbuka sehingga Banjarmasin menjadi kota yang multikultural dengan tingkat toleransi yang tinggi. Sebagai tuan rumah atau *host* dari destinasi wisata, tentu masyarakat Kota Banjarmasin terutama yang berada di lingkungan obyek daya tarik wisata sangat menyambut kedatangan para wisatawan dari berbagai macam daerah. Masyarakat percaya bahwa semakin banyak wisatawan yang datang akan membuat Kota Banjarmasin semakin berkembang dan dikenal menjadi salah satu kota favorit tujuan destinasi wisata. Untuk



lebih jelas dalam membahas karakteristik dari masyarakat yang berkaitan dengan kegiatan kepariwisataan dalam tahap perencanaan, pemanfaatan, maupun pengendalian atau evaluasi, akan dibahas menjadi 3 (tiga) bagian yaitu peranan, partisipasi, dan dampak yang diterima oleh masyarakat dari pariwisata.

A. Peranan

Peranan masyarakat pada kegiatan pariwisata dapat dibagi menjadi 3 (tiga), yaitu *co-ownership*, *co-operation*, dan *co-responsibility*. Peranan masyarakat Kota Banjarmasin terhadap kepariwisataan kota dapat dilihat dari tabel 4.11. Berdasarkan obyek-obyek daya tarik wisata yang ada di Kota Banjarmasin.

Tabel 4.11

Peranan Masyarakat Pada Setiap Obyek Daya Tarik Wisata Kota Banjarmasin

No.	Obyek Daya Tarik Wisata	Peranan Masyarakat	Peranan Pemerintah/Swasta	Kriteria peranan	Keterangan
1.	Pasar Terapung Muara Kuin	<ul style="list-style-type: none"> • Penyedia jasa antar jemput wisatawan dan barang (penjual) • Menjadi pusat perhatian ketika berkegiatan di pinggir sungai 	Fasilitator promosi wisata	<i>Co-Ownership</i>	Pemerintah dan masyarakat sama-sama menjaga dan memanfaatkan keberadaan pasar terapung sebagai sarana dalam memajukan perekonomian dan membangun citra kota dengan menjadikan wisata pasar terapung sebagai wisata andalan khas Banjarmasin.
2.	Makam Sultan Suriansyah	<ul style="list-style-type: none"> • Pengelola obyek wisata • Penjual makanan dan minuman 	Pihak yang berwenang/pemilik	<i>Co-Operation</i>	Masyarakat sekitar berperan mengawasi dan menjaga fasilitas-fasilitas serta berpartisipasi dalam kegiatan yang dilakukan di obyek wisata.
3.	Masjid Sultan Suriansyah	Pengelola obyek wisata	Pihak yang berwenang/pemilik	<i>Co-Operation</i>	Masyarakat sekitar obyek wisata berperan mengawasi dan menjaga fasilitas-fasilitas yang ada di lingkungan masjid serta berpartisipasi dalam kegiatan yang dilakukan di obyek wisata.
4.	Museum Wasaka	Menjaga ketertiban lingkungan sekitar obyek wisata	Pihak pemilik dan pengelola	<i>Co-Responsibility</i>	Masyarakat sekitar obyek wisata berperan mengawasi dan menjaga ketertiban di lingkungan museum. Akses yang terbatas bagi masyarakat di kawasan museum membuat peran masyarakat sekitar masih minim.
5.	Kawasan Wisata	Penjual makanan dan	Pemilik lahan	<i>Co-Operation</i>	Obyek wisata kuliner ini dioperasikan oleh masyarakat

No.	Obyek Daya Tarik Wisata	Peranan Masyarakat	Peranan Pemerintah/Swasta	Kriteria peranan	Keterangan
	Kuliner	minuman			yang bekerjasama dengan pihak swasta sebagai pemilik obyek wisata untuk membuka usaha di kawasan tersebut.
6.	Taman Agro Wisata PKK	<ul style="list-style-type: none"> • Tenaga kerja pengelola • Penyedia barang dan jasa 	Pihak pemilik dan pengelola	<i>Co-Operation</i>	Taman milik organisasi PKK (Pembina Kesejahteraan Keluarga) Banjarmasin ini memanfaatkan masyarakat sekitar sebagai pengelola dan pengurus taman. Masyarakat memanfaatkan taman sebagai tempat untuk menyediakan jasa seperti parkir, fasilitas hiburan, dan barang seperti makanan atau minuman.
7.	Kampung Sasirangan	<ul style="list-style-type: none"> • Pengusaha sasirangan • Pemilik lahan 	<ul style="list-style-type: none"> • Fasilitator media promosi • Investor 	<i>Co-Ownership</i>	Masyarakat sekitar kawasan kampung sasirangan hampir seluruhnya berprofesi sebagai pengrajin sasirangan. Sehingga masyarakat berperan sebagai penyambut wisatawan, penyedia atraksi dan barang atau jasa bagi wisatawan. Di sisi lain pihak pemerintah dan swasta berperan untuk mempromosikan kampung sasirangan sebagai lokasi pusat cinderamata khas Banjarmasin dan pemberian modal usaha untuk masyarakat mengembangkan bisnisnya.
8.	Masjid Raya Sabilal Muhtadin	Menjaga ketertiban lingkungan sekitar obyek wisata	Pihak pemilik dan pengelola	<i>Co-Responsibility</i>	Masyarakat sekitar obyek wisata berperan mengawasi dan menjaga fasilitas-fasilitas serta ketertiban lingkungan sekitar obyek wisata.
9.	Duta Mall	Tenaga kerja pengelola	Pihak pemilik dan pengelola	<i>Co-Operation</i>	Keberadaan pusat perbelanjaan yang dikelola pihak swasta ini menyerap banyak tenaga kerja terutama dari masyarakat sekitar.
10.	Siring Sungai Martapura	<ul style="list-style-type: none"> • Tenaga kerja pengelola • Penyedia barang dan jasa • Penyedia atraksi wisata 	Pihak pemilik dan pengelola	<i>Co-Operation</i>	Taman yang dibangun oleh pemerintah kota untuk memperindah tampilan Sungai Martapura, memerlukan peranan masyarakat sekitar untuk menghidupkan suasana taman. Masyarakat berperan dalam menjaga kebersihan dan fasilitas-fasilitas yang ada. Selain itu masyarakat turut serta menyediakan jasa-jasa seperti parkir, penyewaan perahu mesin,



Obyek No.	Daya Tarik Wisata	Peranan Masyarakat	Peranan Pemerintah/Swasta	Kriteria peranan	Keterangan
					dan barang-barang seperti makanan atau minuman.

Sumber: hasil survey, 2017

B. Partisipasi

Partisipasi masyarakat dalam kegiatan kepariwisataan dibedakan menjadi 2 (dua) bagian yaitu jenis partisipasinya dan bentuk partisipasi masyarakat terhadap pariwisata.

Jenis partisipasi dapat berupa partisipasi pikiran, partisipasi tenaga, partisipasi pikiran dan tenaga, partisipasi barang, dan partisipasi uang. Bentuk partisipasi yang dilakukan oleh masyarakat tergantung dari jenisnya, seperti partisipasi langsung dengan sumbangan berupa barang atau jasa, ikut melaksanakan proyek dari pemerintah, swasta, atau kalangan masyarakat itu sendiri.

Tabel 4.12

Jenis dan Bentuk Partisipasi Masyarakat Pada Setiap Obyek Daya Tarik Wisata Kota Banjarmasin

No.	Obyek Daya Tarik Wisata	Jenis Partisipasi	Bentuk Partisipasi
1.	Pasar Terapung Muara Kuin	Pikiran dan tenaga	Masyarakat ikut serta memberikan usul/konsep dalam menyuguhkan atraksi untuk wisatawan. Selain itu masyarakat aktif membantu untuk mengantarkan wisatawan ke pasar terapung dan menjadi <i>guide</i> selama berada di kawasan obyek wisata.
2.	Makam Sultan Suriansyah	Pikiran dan tenaga	Masyarakat ikut serta memberikan ide kepada pihak pengelola mengenai pengembangan-pengembangan yang harus dilakukan untuk melestarikan obyek wisata. Masyarakat juga membantu proses pengembangan atau pembangunan fasilitas secara gotong royong.
3.	Masjid Sultan Suriansyah	<ul style="list-style-type: none"> Pikiran dan tenaga Uang 	Masyarakat memberikan usul/ide untuk pengembangan dan pelestarian obyek wisata. Dalam pengembangannya, masyarakat secara swadaya dan gotong royong melakukan pemeliharaan atau pembangunan fasilitas di obyek wisata. Masyarakat yang memiliki ekonomi lebih ikut membantu dalam hal finansial.
4.	Museum Wasaka	Tenaga	Masyarakat berpartisipasi dalam menjaga ketertiban dan kebersihan lingkungan sekitar obyek wisata. Selain itu masyarakat dapat mengantarkan atau membantu wisatawan untuk menuju ke obyek wisata, terutama yang melalui jalur sungai.
5.	Kawasan Wisata Kuliner	<ul style="list-style-type: none"> Pikiran dan tenaga Uang 	Masyarakat memberikan usul/konsep untuk pengembangan obyek wisata dari segi atraksi, sarana prasarana, dan kelengkapan fasilitas untuk wisatawan. Selain itu masyarakat secara langsung ikut serta melaksanakan pembangunan sarana prasarana penunjang untuk membantu wisatawan merasa betah dan nyaman. Dalam hal pembangunan sarana atau fasilitas tidak jarang masyarakat menanggung biaya sendiri.
6.	Taman Agro Wisata PKK	Tenaga	Masyarakat berpartisipasi dalam menjaga ketertiban, kebersihan, dan kelancaran kegiatan yang diadakan di obyek wisata.
7.	Kampung Sasirangan	<ul style="list-style-type: none"> Pikiran dan tenaga Barang Uang 	Masyarakat sebagai pelaku wisata di kampung sasirangan juga berpartisipasi memberikan ide/konsep untuk pengembangan obyek wisata. Masyarakat secara bersama-sama membangun kawasan obyek wisata untuk lebih tertata rapi dan nyaman bagi wisatawan, seperti menata toko sasirangan lebih indah dan bersih. Masyarakat tentu saja menanggung biayanya sendiri dan menambahkan barang-barang ornamen sebagai penghias untuk menarik minat wisatawan membeli kain sasirangan.

No.	Obyek Daya Tarik Wisata	Jenis Partisipasi	Bentuk Partisipasi
8.	Masjid Raya Sabilal Muhtadin	<ul style="list-style-type: none"> Pikiran dan tenaga Uang 	Masyarakat yang menggunakan obyek wisata ini sebagai tempat ibadah maupun bersantai tentu berpartisipasi untuk menjaga ketertiban dan kebersihan lingkungan obyek wisata. Selain itu masyarakat dapat memberikan aspirasinya untuk pembangunan obyek wisata agar lebih baik. Pembangunan tersebut dapat berupa sumbangan finansial dari masyarakat.
9.	Duta Mall	Uang	Sebagai pusat perbelanjaan, tentunya masyarakat berpartisipasi dalam kegiatan jual beli di obyek wisata agar obyek wisata dapat terus bertahan dan berkembang.
10.	Siring Sungai Martapura	Pikiran dan tenaga	Masyarakat ikut serta memberikan ide/usulan bagi pemerintah untuk kegiatan atraksi yang akan dilakukan di kawasan obyek wisata. Kegiatan-kegiatan seperti hiburan, kuliner, dan rekreasi yang diadakan tentu saja memerlukan partisipasi penuh dari masyarakat.

Sumber: hasil analisis, 2017

C. Dampak

Kegiatan kepariwisataan memiliki beberapa dampak bagi masyarakat. Tentu akan ada dampak positif dan negatif yang akan diterima oleh masyarakat, namun pembahasan kali ini yang akan dilihat adalah dampak-dampak secara langsung yang bersifat positif bagi masyarakat karena dampak tersebut lebih mudah untuk dikaji. Dampak dari pariwisata di Kota Banjarmasin yang paling dominan adalah meningkatnya perekonomian masyarakat. Walaupun obyek-obyek daya tarik wisata yang ada kebanyakan bersifat umum/publik, namun masyarakat dapat memanfaatkan kegiatan kepariwisataan tersebut sebagai sumber penghasilan dengan cara berjualan, menawarkan barang atau jasa, menyediakan atraksi dan hiburan, serta menjadi pelaku usaha atau pengoperasi dari tempat wisata.

Tabel 4.13

Dampak Yang Diterima Oleh Masyarakat Pada Setiap Obyek Daya Tarik Wisata Kota Banjarmasin

No.	Obyek Daya Tarik Wisata	Dampak Yang Diterima	Keterangan
1.	Pasar Terapung Muara Kuin	<ul style="list-style-type: none"> Meningkatkan perekonomian masyarakat Menjaga budaya pemanfaatan sungai Membangun citra masyarakat 	Keberadaan pasar terapung dapat menjadi sumber penghasilan masyarakat, terutama masyarakat yang menjadi pelaku wisata di obyek tersebut (pengantar/pemandu wisatawan dan para penjual). Semakin banyak wisatawan yang datang maka masyarakat semakin sejahtera. Namun keberadaan pasar terapung di Siring Sungai Martapura membuat para penjual sudah semakin jarang ada di pasar terapung Muara Kuin, sehingga mereka hanya menunggu momen-momen tertentu saja misalnya ketika <i>weekend</i> , yang mana kemungkinan wisatawan yang datang lebih banyak. Terkadang para wisatawan yang datang hanya ingin melihat pemandangan dan kegiatan pasar terapung, hal ini membuat para penjual tidak mendapatkan untung. Sehingga perlu adanya kesadaran dari wisatawan maupun sosialisasi dari pemerintah, biro perjalanan, dan pemandu wisata kepada wisatawan untuk ikut melakukan transaksi membantu perekonomian para penjual.
2.	Makam	<ul style="list-style-type: none"> Meningkatnya peran 	Makam Sultan Suriansyah menjadi simbol sejarah bagi



No.	Obyek Daya Tarik Wisata	Dampak Yang Diterima	Keterangan
	Sultan Suriansyah	dan inisiatif masyarakat <ul style="list-style-type: none"> • Meningkatkan nilai sejarah di masyarakat 	masyarakat Banjar terutama masyarakat Kuin yang berada di sekitar obyek wisata. Masyarakat sekitar kawasan obyek wisata lebih berperan dan terlibat dalam pengembangan dan pemeliharaan kawasan ini, karena nilai sejarah dan jasa-jasa yang dilakukan oleh Raja Sultan Suriansyah sangat dihormati dan dikenang.
3.	Masjid Sultan Suriansyah	<ul style="list-style-type: none"> • Meningkatnya kualitas keterlibatan masyarakat dalam menjaga warisan sejarah • Masyarakat lebih mudah untuk beribadah 	Bangunan peninggalan kerajaan Banjar ini tentu saja berdampak bagi masyarakat sekitarnya terutama masyarakat muslim. Keterlibatan masyarakat yang sangat besar terhadap obyek wisata ini menjadikan masjid ini selalu dirawat dan diperhatikan.
4.	Museum Wasaka	Meningkatkan citra masyarakat kota	Keberadaan Museum Wasaka membuat masyarakat bangga akan budaya dan perjuangan kemerdekaan di Banjarmasin. Selain itu tempat ini juga sebagai bentuk penghormatan masyarakat kepada para pejuang.
5.	Kawasan Wisata Kuliner	<ul style="list-style-type: none"> • Meningkatkan perekonomian masyarakat • Memudahkan masyarakat mencari pusat kuliner 	Sebagai wadah untuk menikmati kuliner Kota Banjarmasin, tempat ini juga menjadi sumber pendapatan bagi masyarakat yang menjadi penjual makanan dan minuman.
6.	Taman Agro Wisata PKK	<ul style="list-style-type: none"> • Memberikan tempat rekreasi dan hiburan bagi masyarakat • Meningkatkan perekonomian masyarakat 	Masyarakat Kota Banjarmasin jadinya memiliki taman edukasi sekaligus wisata sebagai tempat untuk bersantai dan rekreasi. Sebagian masyarakat juga ada yang menjadikan taman ini sebagai tempat untuk mencari pendapatan dengan cara berjualan atau menawarkan jasa hiburan.
7.	Kampung Sasirangan	<ul style="list-style-type: none"> • Meningkatkan perekonomian masyarakat • Memudahkan masyarakat mencari pusat oleh-oleh 	Sebagai pusat cinderamata, tentu masyarakat yang berada di kawasan tersebut memperoleh penghasilan dari wisatawan yang berkunjung. Letak yang strategis dan dekat dengan pusat kota memberikan nilai tambah kawasan ini sebagai pusat cinderamata daripada tempat penjualan kain Sasirangan lainnya.
8.	Masjid Raya Sabilal Muhtadin	<ul style="list-style-type: none"> • Meningkatnya kualitas keterlibatan masyarakat • Masyarakat lebih mudah untuk beribadah 	Masyarakat khususnya masyarakat muslim menjadi mudah untuk melakukan ibadah karena masjid ini berada di pusat kota. Akses yang mudah dan tempatnya yang luas, membuat masyarakat lebih memilih untuk mengunjungi tempat ini. Selain ibadah, kawasan masjid juga bisa untuk bersantai, mengadakan acara, kegiatan islami dan sebagainya.
9.	Duta Mall	Meningkatkan perekonomian masyarakat	keberadaan pusat perbelanjaan modern ini memberikan lapangan pekerjaan dan kesempatan berwirausaha bagi masyarakat yang ingin meningkatkan perekonomiannya. Masyarakat dapat menjadi pekerja atau <i>staff</i> pengelola maupun partner bisnis dengan cara membuka gerai usaha di dalam kawasan Duta Mall tersebut.
10.	Siring Sungai Martapura	<ul style="list-style-type: none"> • Memberikan tempat rekreasi dan hiburan bagi masyarakat • Meningkatkan perekonomian masyarakat 	Terletak di tengah kota, mudah diakses, memiliki banyak atraksi, dan fasilitas yang lengkap membuat Siring Sungai Martapura menjadi tempat wisata favorit bagi masyarakat kota maupun wisatawan yang datang. Hal ini dimanfaatkan oleh masyarakat untuk mencari sumber penghasilan dengan cara berjualan, memberikan atraksi atau hiburan, bahkan menawarkan jasa untuk menyusuri

Obyek No.	Daya Tarik Wisata	Dampak Yang Diterima	Keterangan
			Sungai Martapura.

Sumber: Hasil Analisis, 2017

4.3 Analisis matriks Boston Consulting Group (BCG)

Analisis BCG ditujukan kepada para wisatawan untuk menilai bagaimana pendapat wisatawan mengenai kepariwisataan dengan cara skoring dan kuisioner menilai tingkat pertumbuhan pasar dan penguasaan pasar wisata di Kota Banjarmasin. Responden yang diperlukan berjumlah 100 wisatawan yang tersebar di setiap obyek-obyek daya tarik wisata di Kota Banjarmasin. Analisis BCG terdiri dari 2 (dua) komponen yaitu komponen permintaan dan komponen penawaran.

4.3.1 Analisis Komponen Permintaan

Komponen permintaan wisata memberikan penilaian terhadap destinasi wisata Kota Banjarmasin dari sisi pasar wisatawan berdasarkan variabel yang sudah ditentukan yaitu daya tarik wisata, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, fasilitas umum, dan masyarakat.

A. Daya Tarik Wisata

Daya tarik merupakan salah satu alasan bagi wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi wisata. Wisatawan memiliki selera dan motivasi yang berbeda-beda terhadap suatu daya tarik yang ada di Kota Banjarmasin, berikut ini tabel 4.14 merupakan hasil dari kuisioner terhadap wisatawan mengenai permintaan daya tarik wisata di Kota Banjarmasin.

Tabel 4.14

Analisis permintaan daya tarik wisata Kota Banjarmasin

No.	Daya Tarik	TIDAK	IYA	Keterangan	Skor
1.	Perlunya daya tarik khusus atau atraksi yang dapat dilihat atau disaksikan	38	62	62% wisatawan menganggap atraksi wisata yang ada di Kota Banjarmasin perlu ditambah	2
2.	Perlu adanya beberapa fasilitas rekreasi atau wahana untuk beraktivitas	29	71	71% wisatawan menginginkan fasilitas rekreasi atau wahana untuk menambah kegiatan	2
3.	Perlu tersedianya barang-barang souvenir sebagai oleh-oleh atau jasa yang dapat dibeli	46	54	54% wisatawan mengharapkan adanya ketersediaan barang atau jasa yang dapat dibeli ketika berada di obyek daya tarik wisata	2
Jumlah					6

Sumber: hasil analisis, 2017

Dari hasil analisis permintaan daya tarik wisata dengan 3 (tiga) variabel yang diteliti, seluruh variabel dinilai tinggi oleh wisatawan sehingga masing-masing variabel mendapatkan skor 2 dengan total skor maksimal 6. Walaupun Kota Banjarmasin sebagai destinasi wisata *heritage* dan religi, yang mana obyek-obyek daya tarik wisata budaya tersebut tidak mungkin lagi untuk ditambah atau dikembangkan atraksinya yang sudah ada, tetapi permintaan wisatawan akan daya tarik masih tinggi. Seperti pada obyek wisata



Masjid Raya Sabilal Muhtadin, Masjid Sultan Suriansyah dan Museum Wasaka. Para wisatawan menginginkan adanya sesuatu daya tarik, atraksi atau fasilitas, yang dapat dinikmati selain daya tarik yang sudah ada pada masing-masing obyek tersebut. Dilihat dari tema wisatanya, hal ini sulit untuk dikembangkan karena daya tarik yang sudah ada merupakan daya tarik budaya, yaitu peninggalan sejarah Kota Banjarmasin yang merupakan warisan dari leluhur dan tempat ibadah yang dijadikan sebagai citra kawasan atau ikon dari perkotaan Banjarmasin. Sehingga apabila daya tarik tersebut ditambah atau diubah maka akan mengganggu dan menghilangkan ciri khas daya tarik Kota Banjarmasin sebagai tempat wisata *heritage* dan religi.

Oleh karena itu, permintaan wisatawan yang menginginkan daya tarik wisata Kota Banjarmasin untuk dikembangkan lagi difokuskan di kawasan wisata rekreasi dan hiburan serta kawasan wisata belanja dan kuliner. Atraksi dan Fasilitas rekreasi atau wahana merupakan aspek yang perlu ditingkatkan lagi dilihat dari banyaknya permintaan wisatawan seperti di obyek wisata Pasar Terapung, Taman Agro Wisata PKK, dan Siring Sungai Martapura. Sedangkan barang atau jasa yang dapat dibeli oleh wisatawan ditingkatkan pada kawasan wisata belanja dan kuliner seperti Kawasan Wisata Kuliner, Kampung Sasirangan, dan Duta Mall.

B. Fasilitas Pariwisata

Fasilitas pariwisata merupakan hal penting bagi wisatawan untuk mereka berkegiatan dengan nyaman dan betah berada di lokasi destinasi wisata. Kelengkapan dan kualitas pelayanan dari fasilitas pariwisata yang ada dapat menjadi tolak ukur wisatawan dalam memilih tujuan destinasi wisatanya. Hal ini menuntut sebuah destinasi wisata untuk dapat menyediakan fasilitas-fasilitas yang mendukung kegiatan kepariwisataan seperti sarana akomodasi, rumah makan/restoran, pusat informasi wisata, toko cinderamata, pos keamanan dan kesehatan, serta biro perjalanan wisata.

Tabel 4.15

Analisis permintaan fasilitas pariwisata Kota Banjarmasin

No.	Fasilitas Pariwisata	TIDAK	IYA	Keterangan	Skor
1.	Perlunya ketersediaan sarana akomodasi seperti hotel atau penginapan	59	41	59% wisatawan tidak memerlukan sarana akomodasi seperti hotel atau penginapan	1
2.	Perlu adanya sarana rumah makan atau restoran sebagai penunjang kegiatan wisata	41	59	59% wisatawan merasa perlu akan keberadaan sarana rumah makan/restoran untuk menunjang kegiatan pariwisata	2
3.	Perlu adanya pusat informasi wisata yang memiliki informasi lengkap seputar lokasi dan daerah wisata	37	63	63% wisatawan menginginkan adanya pusat informasi wisata agar tersedia informasi wisata-wisata di Kota Banjarmasin yang dapat dikunjungi dan terhubung dengan wisata di daerah Kota Banjarmasin dan sekitarnya	2

No.	Fasilitas Pariwisata	TIDAK	IYA	Keterangan	Skor
4.	Perlu adanya pusat atau toko cinderamata untuk membeli cinderamata sebagai oleh-oleh	44	56	56% wisatawan mengharapkan adanya pusat/toko cinderamata yang lengkap dengan oleh-oleh khas Banjarmasin	2
5.	Perlunya ketersediaan pos keamanan dan kesehatan sebagai penunjang kegiatan wisata	37	63	63% wisatawan mengharapkan adanya pos keamanan dan kesehatan yang letaknya tidak jauh dari obyek wisata	2
6.	Perlu tersedianya biro perjalanan wisata yang melayani atau memfasilitasi kegiatan pariwisata	53	47	53% wisatawan merasa tidak memerlukan jasa dari biro perjalanan wisata untuk menikmati dan berkeliling obyek-obyek daya tarik wisata di Kota Banjarmasin	1
Jumlah					10

Sumber: hasil analisis, 2017

Dari hasil analisis permintaan fasilitas pariwisata dengan 6 (enam) variabel yang diteliti, diperoleh jumlah skor 10. Terdapat 2 (dua) variabel yang dinilai rendah oleh wisatawan yaitu sarana akomodasi dan biro perjalanan wisata sehingga mendapatkan skor 1. Hasil ini menandakan bahwa wisatawan tidak mementingkan ketersediaan akomodasi dan biro perjalanan untuk dapat berwisata di Kota Banjarmasin. Dalam hal ini para wisatawan meanggap berwisata di Kota Banjarmasin tidak sulit dan tidak membutuhkan waktu yang lama. Para wisatawan yang mengunjungi Kota Banjarmasin hanya melakukan darmawisata atau berwisata tanpa menginap, karena obyek-obyek daya tarik wisatanya merupakan wisata *heritage* atau religi dengan wisata belanja dan kuliner. Sehingga fasilitas akomodasi dan biro perjalanan wisata tidak diperlukan oleh wisatawan. Akan tetapi untuk fasilitas pariwisata lainnya masih diperlukan oleh wisatawan untuk menunjang kegiatan berwisata di Kota Banjarmasin.

C. Aksesibilitas

Aksesibilitas ke Kota Banjarmasin secara umum dapat dijangkau dari jalur udara, darat, dan laut. Selain itu aktivitas mobilisasi di perkotaan juga memudahkan wisatawan untuk mengunjungi obyek-obyek daya tarik wisata yang ada. Berikut pada tabel 4.16 merupakan hasil kuisioner wisatawan mengenai permintaan aksesibilitas Kota Banjarmasin.

Tabel 4.16

Analisis permintaan aksesibilitas Kota Banjarmasin

No.	Aksesibilitas	TIDAK	IYA	Keterangan	Skor
1.	Perlunya penanda jalan sebagai petunjuk arah menuju obyek daya tarik wisata	45	55	55% wisatawan merasa perlu adanya penanda jalan yang menunjukkan arah ke obyek-obyek daya tarik wisata	2
2.	Perlunya akses yang mudah untuk menuju obyek daya tarik wisata	44	56	56% wisatawan ingin akses menuju obyek daya tarik wisata lebih dipermudah	2
3.	Perlunya ketersediaan moda transportasi atau kendaraan	42	58	58% wisatawan merasa moda transportasi atau kendaraan yang ada di Kota	2



No.	Aksesibilitas	TIDAK	IYA	Keterangan	Skor
	menuju obyek daya tarik wisata			Banjarmasin untuk mengangkut wisatawan perlu disediakan	
4.	Waktu tempuh menuju destinasi atau obyek daya tarik wisata perlu lebih cepat	43	57	57% wisatawan merasa waktu yang ditempuh menuju destinasi atau obyek daya tarik wisata perlu lebih cepat.	2
5.	Biaya perjalanan menuju destinasi atau obyek daya tarik perlu ditingkatkan	58	42	58% wisatawan merasa biaya perjalanan menuju destinasi atau obyek daya tarik wisata tidak perlu ditingkatkan	1
6.	Frekuensi kendaraan menuju destinasi atau obyek daya tarik wisata perlu ditingkatkan	51	49	51% wisatawan merasa frekuensi kendaraan menuju destinasi atau obyek-obyek wisatanya tidak perlu ditingkatkan	1
Jumlah					10

Sumber: Hasil Analisis, 2017

Dari hasil analisis permintaan aksesibilitas dengan 6 (enam) variabel yang diteliti, diperoleh skor total 10. Permintaan yang tinggi akan aksesibilitas di Kota Banjarmasin ternyata tidak untuk biaya dan frekuensi kendaraan yang dinilai rendah oleh wisatawan.

Biaya menjadi *concern* wisatawan untuk menuju Kota Banjarmasin, dikarenakan wisatawan merasa tarif biaya menuju Kota Banjarmasin termasuk tinggi. Selain itu frekuensi kendaraan yang dirasa oleh wisatawan sudah cukup tinggi tidak perlu ditingkatkan karena menyebabkan kemacetan dan terbatasnya lahan parkir, terutama di daerah pusat kota yang terdapat obyek wisata Siring Sungai Martapura dan Masjid Raya Sabilal Muhtadin.

D. Fasilitas Umum

Sebagai ibukota provinsi, Kota Banjarmasin memiliki fasilitas umum yang dapat dibilang memadai untuk melayani masyarakatnya. Fasilitas-fasilitas umum itu juga menjadi sarana prasarana untuk memudahkan wisatawan melakukan kegiatan wisatanya. Fasilitas umum yang dimaksud ialah prasarana jalan, air bersih, listrik, telekomunikasi, sanitasi dan persampahan.

Tabel 4.17

Analisis permintaan fasilitas umum Kota Banjarmasin

No.	Fasilitas umum	TIDAK	IYA	Keterangan	Skor
1.	Perlunya ketersediaan prasarana jalan di destinasi atau obyek-obyek daya tarik wisata	33	67	67% wisatawan menginginkan ketersediaan prasarana jalan di destinasi atau obyek-obyek daya tarik wisata	2
2.	Perlunya ketersediaan air bersih di destinasi atau obyek daya tarik wisata	24	76	76% wisatawan merasa perlu adanya ketersediaan air bersih terutama di kawasan obyek wisata	2
3.	Perlunya ketersediaan listrik pada destinasi atau obyek daya tarik wisata	34	66	66% wisatawan menginginkan ketersediaan listrik yang menyeluruh di obyek-obyek wisata yang ada di Kota Banjarmasin	2
4.	Perlunya ketersediaan telekomunikasi di destinasi atau obyek daya tarik wisata	36	64	64% wisatawan menginginkan ketersediaan telekomunikasi di wilayah obyek-obyek wisata	2
5.	Perlunya ketersediaan prasarana sampah dan sanitasi di destinasi	15	85	85% wisatawan beranggapan perlunya ketersediaan tempat sampah dan	2

No.	Fasilitas umum atau obyek daya tarik wisata	TIDAK	IYA	Keterangan	Skor
Jumlah				sanitasi di obyek wisata	10

Sumber: hasil analisis, 2017

Dari hasil analisis permintaan fasilitas umum Kota Banjarmasin dengan 5 (lima) variabel yang diteliti, diperoleh skor maksimal 10. Permintaan yang tinggi akan fasilitas umum di Kota Banjarmasin dilihat dari keseluruhan variabel yang dinilai tinggi oleh wisatawan menandakan fasilitas umum yang ada sangat penting dalam mendukung kegiatan kepariwisataan. Dalam hal ini pemerintah kota bekerja sama dengan pihak terkait untuk mengembangkan atau menyediakan fasilitas yang dirasa diperlukan, terutama fasilitas air bersih, prasarana sampah dan sanitasi yang dirasa penting oleh wisatawan hampir di semua kawasan obyek daya tarik wisata Kota Banjarmasin.

E. Masyarakat

Masyarakat sebagai tuan rumah di destinasi wisata tentu memiliki andil yang cukup berpengaruh dalam kegiatan kepariwisataan. Di Kota Banjarmasin, masyarakatnya memiliki sifat mudah bergaul dan toleransi tinggi terhadap para wisatawan. Wisatawan sebagai tamu mampu menilai seperti apa peran dan partisipasi masyarakat dalam kegiatan pariwisata serta dampak yang masyarakat terima dari kegiatan tersebut.

Tabel 4.18
Analisis permintaan pengaruh masyarakat di Kota Banjarmasin

No.	Masyarakat	TIDAK	IYA	Keterangan	Skor
1.	Perlunya peran dari masyarakat untuk mengelola dan memelihara obyek daya tarik wisata	41	59	59% wisatawan merasa perlunya peran dari masyarakat untuk mengelola dan memelihara obyek-obyek daya tarik wisata yang ada	2
2.	Perlu adanya partisipasi masyarakat sekitar dalam kegiatan di obyek daya tarik wisata	45	55	55% wisatawan merasa partisipasi masyarakat harus lebih aktif dalam melancarkan kegiatan kepariwisataan di Kota Banjarmasin	2
3.	Perlunya penerimaan masyarakat yang lebih baik kepada para wisatawan	41	59	59% wisatawan berharap penerimaan masyarakat terhadap wisatawan lebih baik	2
Jumlah					6

Sumber: hasil analisis, 2017

Dari hasil analisis permintaan pengaruh masyarakat di Kota Banjarmasin diperoleh skor maksimal 6. 3 (tiga) variabel tersebut dinilai tinggi oleh wisatawan karena pengaruh dari masyarakat begitu penting bagi wisatawan sebab masyarakat sebagai tuan rumah yang langsung berkomunikasi dengan wisatawan. Wisatawan merasa dengan adanya peran serta partisipasi dari masyarakat sekitar dalam kegiatan pariwisata akan membuat masyarakat dapat mengambil dampak positif dari pariwisata tersebut. Dengan demikian wisatawan akan lebih nyaman dan aman ketika berada di destinasi karena masyarakat menganggap pariwisata itu penting dan bagian dari aktivitas sehingga masyarakat menyambut baik atas



kedatangan para wisatawan. Diharapkan dengan terciptanya komunikasi yang baik antara masyarakat dan wisatawan akan mempermudah kegiatan kepariwisataan dari segi kenyamanan dan keamanannya.

4.3.2 Analisa komponen penawaran

Komponen penawaran wisata memberikan penilaian dari wisatawan terhadap destinasi wisata Kota Banjarmasin dari sisi penawaran wisata yang ada berdasarkan variabel yang sudah ditentukan seperti pada komponen permintaan, yaitu daya tarik wisata, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, fasilitas umum, dan masyarakat.

A. Daya tarik wisata

Potensi daya tarik wisata di Kota Banjarmasin dapat dikatakan beragam dan banyak, seperti potensi sungainya, bangunan-bangunan khas dan bersejarah, serta potensi akan wisata kuliner dan belanjanya. Potensi-potensi inilah yang menjadi daya tarik wisatawan untuk berkunjung ke Kota Banjarmasin. Berikut hasil kuisioner wisatawan untuk analisis penawaran daya tarik wisata yang dirangkum pada tabel 4.19.

Tabel 4.19

Analisis penawaran daya tarik wisata Kota Banjarmasin

No.	Daya Tarik	TIDAK	IYA	Keterangan	Skor
1.	Adanya daya tarik khusus yang dapat dilihat atau disaksikan	46	54	54% wisatawan merasa ada daya tarik khusus atau atraksi yang dapat dilihat atau disaksikan	2
2.	Adanya beberapa fasilitas rekreasi atau wahana untuk beraktivitas	35	65	65% wisatawan beranggapan fasilitas atau wahana untuk menambah kegiatan di obyek wisata sudah ada	2
3.	Tersedianya barang-barang untuk souvenir sebagai oleh-oleh atau jasa yang dapat dibeli	55	45	55% wisatawan merasa barang atau jasa yang ditawarkan di obyek-obyek wisata Kota Banjarmasin belum tersedia	1
Jumlah					5

Sumber: hasil analisis, 2017

Dari hasil analisis penawaran daya tarik wisata Kota Banjarmasin diperoleh skor total 5 dengan 2 (dua) variabel dinilai tinggi oleh wisatawan dan 1 (satu) variabel dinilai rendah. Variabel yang rendah tersebut adalah *something to buy* yang artinya sesuatu yang wisatawan dapat beli sebagai cinderamata. Dikarenakan wisata di Kota Banjarmasin yang dominan wisata sejarah dan religi, sulit untuk mendapatkan suatu barang yang sesuai sebagai cinderamata. Hal ini menjadikan wisatawan merasa tidak ada barang yang dapat dibeli, akan tetapi berbeda pendapatnya ketika berada di obyek wisata Kampung Sasirangan atau Duta Mall yang memang merupakan tempat wisata belanja. Wisatawan merasa produk yang ditawarkan masih belum mencukupi kebutuhan wisatawan.

B. Fasilitas pariwisata

Fasilitas pariwisata merupakan sarana utama, pelengkap, dan penunjang wisatawan dalam melakukan kegiatan kepariwisataannya. Wisatawan merasakan langsung manfaat dari fasilitas-fasilitas pariwisata yang ada di Kota Banjarmasin. Fasilitas tersebut antara lain, sarana akomodasi, rumah makan/restoran, pusat informasi wisata, pusat/toko cinderamata, pos keamanan dan kesehatan, serta biro perjalanan wisata.

Tabel 4.20

Analisis penawaran fasilitas pariwisata Kota Banjarmasin

No.	Fasilitas Pariwisata	TIDAK	IYA	Keterangan	Skor
1.	Tersedianya sarana akomodasi seperti hotel atau penginapan	71	29	71% wisatawan merasa sarana akomodasi seperti hotel atau penginapan belum tersedia	1
2.	Adanya sarana rumah makan atau restoran sebagai penunjang kegiatan wisata	54	46	54% wisatawan merasa sarana rumah makan/restoran sebagai penunjang kegiatan wisata yang ada di Kota Banjarmasin belum ada	1
3.	Adanya pusat informasi wisata yang memiliki informasi lengkap seputar lokasi dan daerah wisata	62	38	62% wisatawan merasa pusat informasi wisata di Kota Banjarmasin yang memiliki informasi lengkap seputar lokasi dan daerah wisata belum ada	1
4.	Adanya pusat atau toko cinderamata untuk membeli cinderamata sebagai oleh-oleh	57	43	57% wisatawan merasa pusat/toko cinderamata untuk membeli cinderamata sebagai oleh-oleh di Kota Banjarmasin belum ada	1
5.	Tersedianya pos keamanan dan kesehatan sebagai penunjang kegiatan wisata	59	41	59% wisatawan merasa pos keamanan dan kesehatan di Kota Banjarmasin yang menunjang kegiatan wisata belum ada	1
6.	Tersedianya biro perjalanan wisata yang melayani atau memfasilitasi kegiatan pariwisata	69	31	69% wisatawan merasa biro perjalanan wisata di Kota Banjarmasin yang melayani atau memfasilitasi kegiatan pariwisata belum ada	1
Jumlah					6

Sumber: hasil analisis, 2017

Dari hasil analisis penawaran fasilitas pariwisata Kota Banjarmasin, diperoleh skor minimal 6 yang artinya semua variabel yang diteliti mendapatkan nilai yang rendah dari persepsi wisatawan. Hal ini menandakan fasilitas pariwisata seperti rumah makan, pusat informasi wisata, toko cinderamata, dan pos keamanan dan kesehatan yang ada di Kota Banjarmasin belum mampu memberikan amenities kepada wisatawan. Terpusatnya fasilitas pariwisata di Banjarmasin Tengah, sehingga wisatawan yang berada di obyek wisata seperti Pasar Terapung, Museum Wasaka, Masjid dan Makan Sultan Suriansyah merasa tidak dilengkapi dengan fasilitas pariwisata. Selain itu fasilitas-fasilitas rumah makan dan toko cinderamata yang lokasinya jauh dari obyek daya tarik wisata, fungsi fasilitas seperti pusat informasi wisata, pos keamanan dan kesehatan dalam lingkup lingkungan yang tidak optimal, serta ketersediaan fasilitas akomodasi dan biro perjalanan yang tidak diperlukan oleh wisatawan menjadi alasan wisatawan merasa fasilitas yang menunjang kegiatan wisata belum tersedia di sekitar obyek daya tarik wisata.



C. Aksesibilitas

Ketersediaan aksesibilitas di Kota Banjarmasin menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi wisatawan menjadikan Banjarmasin sebagai destinasi wisata. Aksesibilitas tidak hanya ketika menuju destinasi tetapi ketika berada di destinasi untuk mengunjungi obyek daya tarik wisata.

Tabel 4.21

Analisis penawaran aksesibilitas Kota Banjarmasin

No.	Aksesibilitas	TIDAK	IYA	Keterangan	Nilai
1.	Adanya penanda jalan sebagai petunjuk arah menuju obyek daya tarik wisata	59	41	59% wisatawan beranggapan penanda jalan sebagai petunjuk arah menuju obyek daya tarik wisata belum ada	1
2.	Adanya akses yang mudah untuk menuju obyek daya tarik wisata	54	46	54% wisatawan merasa akses mudah menuju obyek daya tarik wisata belum ada	1
3.	Ketersediaan moda transportasi atau kendaraan menuju obyek daya tarik wisata	58	42	58% wisatawan menganggap moda transportasi atau kendaraan di Kota Banjarmasin untuk mengunjungi obyek-obyek wisata belum tersedia	1
4.	Waktu tempuh menuju destinasi atau obyek daya tarik wisata relatif cepat	52	48	52% wisatawan merasa waktu yang ditempuh untuk menuju destinasi dan obyek-obyek wisata yang ada belum cepat	1
5.	Biaya perjalanan menuju destinasi atau obyek daya tarik wisata terjangkau	52	48	52% wisatawan menganggap biaya perjalanan untuk menuju destinasi beserta obyek-obyek wisatanya belum terjangkau	1
6.	frekuensi kendaraan sedikit yang menuju destinasi atau obyek daya tarik wisata	60	40	60% wisatawan merasa kendaraan yang menuju Kota Banjarmasin dan obyek-obyek wisatanya tidak sedikit	1
Jumlah					6

Sumber: hasil analisis, 2017

Dari hasil analisis penawaran aksesibilitas Kota Banjarmasin, diperoleh skor minimal 6 yang berarti keseluruhan variabel yang diteliti mendapatkan nilai rendah dari persepsi wisatawan. Hal ini menandakan bahwa aksesibilitas Kota Banjarmasin dirasa oleh wisatawan masih kurang memadai dalam mendukung kegiatan pariwisata. Perlunya perhatian dari pemerintah kota maupun pihak terkait untuk membenahi aspek aksesibilitas tersebut agar wisatawan dengan mudah menuju destinasi wisata beserta obyek-obyek wisatanya. Akses sungai yang merupakan potensi daya tarik juga menjadi alasan wisatawan yang merasa akses tersebut masih harus dikembangkan lagi, terkait masalah penanda jalan, akses, biaya, dan ketersediaan modanya. Selain itu untuk obyek-obyek yang berada di pusat kota walaupun letaknya strategis namun faktor-faktor seperti kemacetan dan lahan parkir yang sedikit serta tidak adanya penanda jalan dianggap wisatawan sebagai penghambat akses menuju obyek daya tarik wisata.

D. Fasilitas umum

Fasilitas umum yang tersedia di Kota Banjarmasin merupakan sarana prasarana pendukung bagi wisatawan untuk melakukan kegiatan wisatanya. Selain untuk melayani kebutuhan masyarakat, fasilitas umum tersebut juga ditujukan untuk melayani kebutuhan wisatawan yang ada di Kota Banjarmasin. Berikut hasil analisis penawaran fasilitas umum yang dirangkum pada tabel 4.22.

Tabel 4.22

Analisis penawaran fasilitas umum Kota Banjarmasin

No.	Fasilitas umum	TIDAK	IYA	Keterangan	Nilai
1.	Tersedianya prasarana jalan di destinasi atau obyek daya tarik wisata	37	63	63% wisatawan merasa prasarana jalan di Kota Banjarmasin sudah tersedia	2
2.	Ketersediaan air bersih di destinasi atau obyek daya tarik wisata	44	56	56% wisatawan merasa air bersih di Kota Banjarmasin dalam menunjang kegiatan kepariwisataan sudah tersedia	2
3.	Ketersediaan listrik pada destinasi atau obyek daya tarik wisata	43	57	57% wisatawan merasa listrik di Kota Banjarmasin sudah tersedia untuk mendukung kegiatan kepariwisataan	2
4.	Ketersediaan telekomunikasi di destinasi atau obyek daya tarik wisata	54	46	54% wisatawan merasa telekomunikasi di Kota Banjarmasin untuk mendukung kegiatan pariwisata belum tersedia	1
5.	Ketersediaan prasarana sampah dan sanitasi di destinasi atau obyek daya tarik wisata	44	56	56% wisatawan merasa prasarana sampah dan sanitasi di Kota Banjarmasin sudah tersedia	2
Jumlah					9

Sumber: hasil analisis, 2017

Dari hasil analisis penawaran fasilitas umum Kota Banjarmasin diperoleh skor 9. Dari 5 (lima) variabel yang diteliti hanya 1 (satu) variabel yang mendapatkan nilai rendah dari wisatawan, yaitu telekomunikasi. Ketersediaan jaringan telekomunikasi pada obyek-obyek wisata yang susah, tidak berfungsi, dan belum ada mengakibatkan terganggunya kegiatan para wisatawan. Hal ini terjadi di obyek daya tarik wisata Museum Wasaka, Kawasan Wisata Kuliner, dan Siring Sungai Martapura. Namun secara keseluruhan fasilitas umum di Kota Banjarmasin sudah dapat memberikan pelayanan yang baik untuk mendukung kegiatan kepariwisataan.

E. Masyarakat

Masyarakat merupakan elemen penting dalam sebuah destinasi wisata. Keberadaan masyarakat yang aktif berperan di dalam kegiatan pariwisata menjadi pemicu perkembangan pariwisata yang bertanggung jawab dan *eco-friendly*. Partisipasi masyarakat tersebut merupakan nilai tambah destinasi wisata karena masyarakat sebagai tuan rumah langsung berkomunikasi dengan wisatawan. Berikut ini hasil dari analisis penawaran pengaruh masyarakat di Kota Banjarmasin yang dijabarkan pada tabel 4.23.

Tabel 4.23

Analisis penawaran pengaruh masyarakat Kota Banjarmasin

No.	Masyarakat	TIDAK	IYA	Keterangan	Nilai
-----	------------	-------	-----	------------	-------



No.	Masyarakat	TIDAK	IYA	Keterangan	Nilai
1.	Adanya peran masyarakat dalam mengelola dan memelihara obyek daya tarik wisata	62	38	62% wisatawan merasa peranan masyarakat untuk mengelola dan memelihara obyek daya tarik wisata belum ada	1
2.	Adanya partisipasi masyarakat sekitar dalam kegiatan di obyek daya tarik wisata	62	38	62% wisatawan merasa partisipasi masyarakat sekitar dalam kegiatan di obyek daya tarik wisata belum ada	1
3.	Bentuk penerimaan masyarakat yang sudah baik dan terbuka untuk wisatawan	54	46	54% wisatawan merasa penerimaan masyarakat terhadap wisatawan belum baik dan terbuka (acuh)	1
Jumlah					3

Sumber: hasil analisis, 2017

Dari hasil analisis penawaran pengaruh masyarakat di Kota Banjarmasin, diperoleh skor minimal 3 yang artinya semua variabel yang diteliti yaitu peranan, partisipasi, dan dampak yang diterima oleh masyarakat dinilai masih rendah oleh wisatawan. Hal ini berarti kegiatan pariwisata di Kota Banjarmasin belum mampu meningkatkan keterlibatan penuh masyarakat dalam kegiatan maupun pengembangannya. Untuk mengembangkan pariwisata yang ideal yang mampu menguntungkan semua pihak perlu adanya keterlibatan dan kepedulian masyarakat, terutama masyarakat sekitar obyek daya tarik wisata yang memang dikelola oleh masyarakat. Masyarakat kota yang acuh terhadap pemeliharaan obyek daya tarik wisata dirasa oleh wisatawan merupakan penghambat berkembangnya obyek-obyek wisata kota yang ada.

4.3.3 Kesimpulan Analisis Permintaan dan Penawaran

Analisis permintaan dan penawaran yang masing-masing terdiri dari 5 komponen yaitu daya tarik, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, fasilitas umum, dan masyarakat dengan jumlah total variabel sebanyak 23. Setiap variabel memiliki nilai tinggi dengan skor 2 dan nilai rendah dengan skor 1. Untuk menyimpulkan hasil permintaan dan penawaran, penentuan range antara rendah dan tinggi berdasarkan jumlah skor maksimal dan minimal. Apabila jumlah variabel 23 maka skor maksimal adalah 46 dan skor minimal 23 dengan nilai tengah 35. Jika skor total lebih kecil atau sama dengan 35 maka skor total termasuk rendah dan apabila skor total lebih dari 35 maka skor total termasuk tinggi.

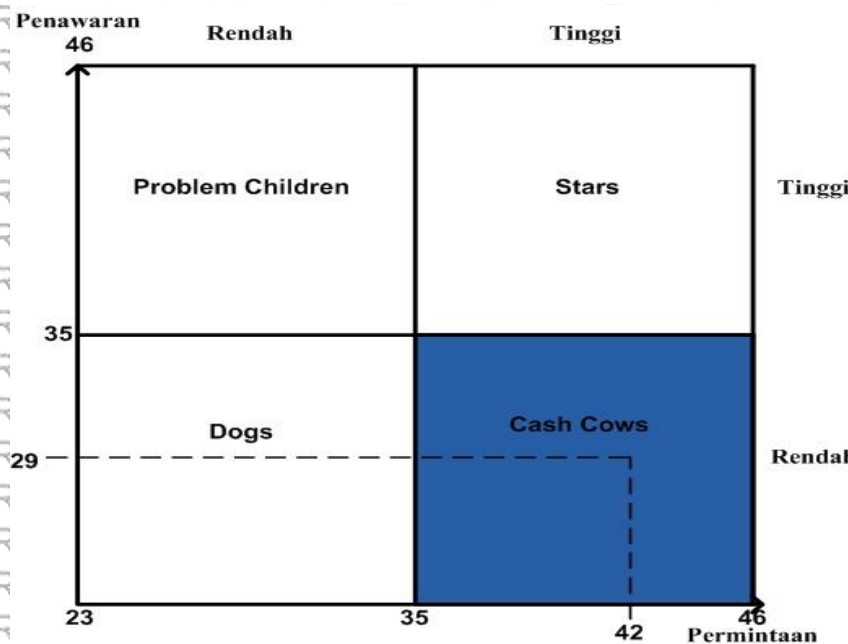
Tabel 4.24

Rekapitulasi nilai analisis permintaan dan penawaran pariwisata Kota Banjarmasin

No.	Komponen	Permintaan	Penawaran
1.	Daya tarik	6	5
2.	Fasilitas pariwisata	10	6
3.	Aksesibilitas	10	6
4.	Fasilitas umum	10	9
5.	Masyarakat	6	3
Jumlah		42	29

Sumber: hasil analisis, 2017

Berdasarkan hasil rekapitulasi pada tabel 4.24 tersebut skor yang didapat untuk komponen permintaan adalah 42 yang berarti nilainya tinggi dan skor yang didapat untuk komponen penawaran adalah 29 yang artinya nilainya rendah. Setelah diperoleh hasil dari analisis komponen permintaan yang menyatakan bahwa pertumbuhan pasar wisatawan tinggi yang meliputi daya tarik, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, fasilitas umum, dan masyarakat serta hasil dari analisis komponen penawaran yang menyatakan bahwa pertumbuhan produk wisata rendah di Kota Banjarmasin, kedua hasil tersebut dimasukkan ke dalam matriks BCG seperti pada gambar 4.27.



Gambar 4.27 Matriks BCG Kota Banjarmasin
Sumber: hasil analisis, 2017

Berdasarkan hasil dari matrik BCG pada gambar 4.27 tersebut kegiatan pariwisata di Kota Banjarmasin berada pada posisi kuadran *Cash Cows*. Hal ini menandakan bahwa permintaan pangsa pasar wisatawan yang tinggi terhadap Kota Banjarmasin sebagai bentuk potensi pengembangan kota wisata namun tidak didukung dengan penawaran produk-produk wisata perkotaan yang masih rendah.

Untuk mencapai posisi kuadran terbaik, yaitu kuadran *Stars*, dengan permintaan dan penawaran yang tinggi, diperlukan usaha optimal untuk membangun dan meningkatkan komponen produk wisata agar dapat memenuhi permintaan pasar wisatawan. Produk yang ditawarkan oleh destinasi pariwisata tetap perlu dipertahankan walaupun dengan memperhatikan bahwa sewaktu-waktu produk tersebut tidak menguntungkan. Pariwisata Kota Banjarmasin dengan permintaan yang tinggi dapat dijadikan sebagai peluang untuk memanfaatkan seluruh potensi produk wisata yang ada. Seperti penawaran daya tarik yang tinggi dari produk *something to see* dan *something to do*



serta penawaran fasilitas umum yang tinggi untuk menunjang kegiatan wisata. Selain itu juga terdapat produk wisata yang memang permintaannya rendah seperti sarana akomodasi, sarana biro perjalanan wisata, biaya perjalanan, dan frekuensi kendaraan. Produk-produk wisata tersebut dapat dikatakan tidak diperlukan atau ketersediaannya sudah mencukupi permintaan wisatawan.

Dilihat dari keseluruhan variabel, dengan memperhatikan kesesuaian tingkat permintaan dan penawarannya apakah itu rendah atau tinggi, terdapat 13 variabel yang perlu diperhatikan dan dikembangkan, antara lain:

1. Dari aspek daya tarik, ada 1 (satu) variabel yaitu *something to buy*. Daya tarik wisata Kota Banjarmasin yang dominan merupakan wisata *heritage* dan religi memang dirasa tidak sesuai dengan permintaan wisatawan akan *something to buy*. Akan tetapi dilihat dari hasil kuisioner BCG diketahui bahwa permintaan tersebut lebih banyak terdapat di obyek daya tarik wisata yang termasuk dalam kategori wisata belanja dan kuliner, contohnya ialah Kawasan Wisata Kuliner. Hal ini dapat disebabkan oleh beberapa kondisi seperti:

- Jenis barang yang tersedia monoton atau tidak beragam.
- Ketersediaan barang yang kurang dan tidak lengkap.
- Harga dari barang dan upah jasa yang tinggi.

Untuk mengatasi hal tersebut perlu dilakukan pembenahan pada obyek daya tarik wisata belanja dan kuliner, dengan mengembangkan industri rumah tangga atau industri lokal sebagai pemasok barang-barang yang dibutuhkan dan terjangkau oleh wisatawan. Barang-barang yang dimaksud dapat berupa cinderamata maupun makanan dan minuman.

2. Dari aspek fasilitas pariwisata, ada 4 (empat) variabel yaitu sarana rumah makan/restoran, pusat informasi wisata, pusat/toko cinderamata, dan pos keamanan dan kesehatan. Lokasi fasilitas-fasilitas yang jauh dari obyek-obyek daya tarik wisata, terutama obyek yang berada di Kecamatan Banjarmasin Utara dirasakan oleh wisatawan pertumbuhan fasilitas pariwisata yang hanya terfokus pada Kecamatan Banjarmasin Tengah. Walaupun Banjarmasin Tengah sebagai pusat bisnis dan perdagangan di Kota Banjarmasin, akan tetapi wisatawan yang berada di obyek-obyek wisata Kecamatan Banjarmasin Utara menjadi sulit untuk merasakan fasilitas yang ada. Hendaknya dalam perkembangan pariwisata di Kota Banjarmasin, terutama perkembangan fasilitas pariwisata yang merata yang ruang lingkupnya mampu melayani seluruh kawasan-kawasan obyek daya tarik wisata yang tersebar.

3. Dari aspek aksesibilitas, ada 4 (empat) variabel yaitu penanda jalan, akses menuju obyek daya tarik, ketersediaan moda, dan waktu tempuh. Tiap variabel tersebut memiliki permasalahan tersendiri dengan penyelesaian sebagai berikut:

- Penanda jalan yang tersedia hanya ada pada obyek daya tarik Siring Sungai Martapura, Pasar Terapung, Masjid dan Makan Sultan Suriansyah. Dalam pengembangannya setiap obyek daya tarik wisata yang ada disediakan penanda jalan sebagai petunjuk arah menuju obyek.
- Akses menuju obyek daya tarik wisata yang hanya dapat dijangkau melalui sungai dan masalah kemacetan, keterbatasan lahan parkir dan jalur sempit di jalur darat. Obyek daya tarik wisata yang hanya dapat dijangkau melalui sungai telah dikembangkan oleh pemerintah kota dengan cara membuat pasar terapung di tempat yang dapat dijangkau melalui jalur darat, yaitu di Siring Sungai Martapura. Dalam mengatasi kemacetan dan keterbatasan lahan parkir di jalur darat dapat dilakukan sistem pengalihan arus lalu lintas oleh pemerintah dan penyediaan lahan parkir khusus wisata.
- Ketersediaan moda yang dianggap masih sedikit oleh wisatawan terutama untuk menuju obyek-obyek daya tarik wisata peninggalan sejarah *heritage* dan religi. Dalam pengembangan aksesibilitas untuk mengatasi masalah ini perlu dikembangkan angkutan khusus yang meangkut wisatawan menuju obyek-obyek daya tarik wisata yang ada, contohnya bis wisata atau angkutan sungai wisata.
- waktu tempuh yang masih belum cepat ketika menuju obyek daya tarik wisata karena faktor kemacetan. Hal ini dialami wisatawan apabila berada di kawasan obyek-obyek wisata Kecamatan Banjarmasin Tengah. Selain dengan menggunakan solusi di permasalahan yang sebelumnya terkait dengan mengatasi kemacetan, angkutan sungai merupakan alternatif yang dapat digunakan sebagai salah satu aksesibilitas dengan waktu tempuh yang cepat untuk menuju obyek-obyek daya tarik wisata yang ada.

Dari seluruh variabel mengenai aksesibilitas yang perlu dikembangkan, solusi yang dapat mencakup keseluruhan masalah adalah dengan mengembangkan angkutan sungai yang lebih efisien dan nyaman serta aman bagi wisatawan. Angkutan sungai yang sebelumnya masih dikelola secara tradisional akan dikembangkan secara modern seperti angkutan-angkutan wisata pada umumnya yang memiliki sistem tiket dan



jadwal tetap. Sehingga wisatawan dapat menggunakan angkutan sungai tersebut sebagai salah satu moda menuju obyek-obyek daya tarik wisata.

4. Dari aspek fasilitas umum, terdapat 1 (satu) variabel yaitu telekomunikasi. Fakta di lapangan bahwa telekomunikasi di Kota Banjarmasin sudah didukung 79 BTS yang dibangun dengan 21 BTS berada di Kecamatan Banjarmasin Tengah dan 17 BTS berada di Kecamatan Banjarmasin Utara. Menurut hasil kuisioner didapatkan data bahwa penawaran dari telekomunikasi rendah di obyek yang berada di Kecamatan Banjarmasin Tengah, seperti Siring Sungai Martapura, Kawasan Wisata Kuliner, dan Kampung Sasirangan. Ditambah dengan Museum Wasaka yang berada di Kecamatan Banjarmasin Utara. Hal ini membuat peneliti berasumsi dengan apa yang dimaksudkan dengan telekomunikasi bagi wisatawan, dalam hal permasalahan teknis. Yaitu seperti gangguan sinyal ketika berada di obyek daya tarik wisata, tidak adanya fasilitas publik yang menunjang telekomunikasi seperti telepon umum atau *free wi-fi public*. Sehingga dalam pengembangan telekomunikasi dapat dilakukan beberapa hal, yaitu:

- Peningkatan jaringan telekomunikasi di kawasan-kawasan obyek daya tarik wisata.
- Penyediaan fasilitas pendukung seperti telepon umum atau *free wi-fi public* di area *open space* atau taman.

5. Dari aspek masyarakat, seluruh variabelnya yaitu peranan, partisipasi, dan dampak yang diterima. Terdapat 3 (tiga) strategi pengembangan kepariwisataan yang berbasis pada pemberdayaan masyarakat, yaitu:

- Mengikutsertakan anggota masyarakat dalam pengambilan keputusan.
- Adanya kepastian masyarakat lokal menerima manfaat dari kegiatan kepariwisataan.
- Pendidikan kepariwisataan bagi masyarakat lokal.

Dengan menggunakan strategi tersebut diharapkan keterlibatan masyarakat di Kota Banjarmasin akan meningkat dan masyarakat dapat mengambil keuntungan dari kegiatan pariwisata yang ada. Sehingga kedepannya wisatawan yang berkunjung ke Kota Banjarmasin dapat merasa lebih nyaman dan aman karena penerimaan dari masyarakat yang baik terhadap wisatawan.

Permintaan yang tinggi terhadap variabel-variabel tersebut tidak diikuti dengan penawarannya yang ternyata rendah. Perlunya perhatian dari pemerintah terhadap produk-produk wisata yang ditawarkan di tiap aspek yang bermasalah tadi, diselaraskan dengan

pengembangan dari pemerintah kota yang meningkatkan sarana akomodasi dan obyek daya tarik wisata. Apabila terjadi sinergi antara pemerintah dengan wisatawan maka Kota Banjarmasin bukan hanya menjadi wisata religi ataupun kuliner tetapi dapat menjadi kawasan wisata MICE (*Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition*) skala nasional dan menjadi pusat fasilitas sarana pariwisata untuk destinasi-destinasi wisata di daerah sekitar Kota Banjarmasin.



BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dan hasil analisis penelitian Aspek-Aspek Pengembangan Destinasi Pariwisata Kota Banjarmasin, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut.

1. Karakteristik dari destinasi wisata Kota Banjarmasin yang terdiri dari 5 (lima) aspek, yaitu aspek daya tarik, aspek fasilitas pariwisata, aspek aksesibilitas, aspek fasilitas umum, dan aspek masyarakat.
 - a. Pada aspek daya tarik, karakteristik Kota Banjarmasin sebagai kota wisata memiliki daya tarik wisata *heritage* dan peninggalan sejarah, wisata religi, wisata belanja dan kuliner, serta wisata rekreasi dan hiburan.
 - b. Pada aspek fasilitas pariwisata, Kota Banjarmasin memiliki 99 fasilitas sarana akomodasi dari hotel berbintang dan hotel non bintang. Dilengkapi dengan sarana rumah makan atau restoran, sarana pusat atau toko cinderamata, sarana kesehatan dan keamanan, adanya pusat informasi wisata dan 102 usaha biro perjalanan dalam upaya memberikan amenities bagi wisatawan.
 - c. Pada aspek aksesibilitas, Kota Banjarmasin dapat diakses melalui jalur darat, laut, dan udara. Ketika berada di destinasi untuk akses menuju obyek daya tarik wisata dapat ditempuh melalui jalur sungai dengan waktu tempuh 15 – 45 menit untuk berkeliling semua obyek wisata karena letaknya yang saling berdekatan disertai dengan adanya penanda jalan. Untuk biaya perjalanan berkisar antara 200 – 900 ribu Rupiah dengan frekuensi kendaraan ke Kota Banjarmasin di jalur udara terdapat 8 maskapai penerbangan dengan total 52 jadwal penerbangan, jalur laut dengan jadwal 3 kali dalam seminggu dan jalur darat dengan jadwal dari Perusahaan Otobis antar provinsi dan kota sekitar Banjarmasin yang totalnya kurang lebih 106 jadwal keberangkatan.
 - d. Pada aspek fasilitas umum, jalan dengan kondisi yang baik ada sepanjang 254,13 kilometer atau sebesar 33,80%. Selain itu masih ada jalan yang kondisinya masih rusak yaitu sepanjang 128,62 kilometer atau sebesar 17,11% dan jalan yang rusak berat sepanjang 9,11 kilometer. Kebutuhan akan air bersih sudah terlayani oleh PDAM yang memiliki 157.542 pelanggan

meningkat dari tahun sebelumnya dengan jumlah pemakaian air mencapai 36.818.051 m³. Kebutuhan listrik sudah terlayani oleh PLN yang memiliki 561.954 pelanggan meningkat dari tahun sebelumnya dengan listrik terjual sebanyak 665.065.232 KWh. Untuk fasilitas telekomunikasi Kota Banjarmasin memiliki total 79 BTS yang tersebar tiap kecamatan. Dalam menangani sistem air kotor dan sanitasi sudah terdapat Perusahaan Daerah Pengelola Air Limbah (PD PAL) dengan 4.485 pelanggan. Untuk menangani persampahan terdapat Tempat Pembuangan Sampah (TPS) sejumlah 123 TPS dengan total kapasitas 1.063,95 m³.

e. Pada aspek masyarakat, peranan masyarakat didominasi peranan *co-operation* yaitu kerjasama antara pemerintah/swasta selaku pemilik dengan masyarakat sebagai tenaga kerja atau pengelola obyek wisata. Untuk partisipasi masyarakat terhadap pariwisata sebagian besar adalah partisipasi pikiran dan tenaga. Kemudian dampak yang diterima masyarakat dengan adanya kegiatan pariwisata paling banyak ialah meningkatkan perekonomian.

2. Karakteristik Kota Banjarmasin dapat dikatakan sebagai Kota Wisata terlepas dari kapasitas dan kualitas struktur kotanya yang masih rendah. Kota Banjarmasin mampu menyediakan aspek-aspek yang diperlukan dari sebuah destinasi wisata mulai dari daya tarik, ketersediaan fasilitas pariwisata dan fasilitas umum, aksesibilitas yang ada, serta peran dan partisipasi masyarakatnya dalam kegiatan pariwisata.

3. Persepsi wisatawan terhadap destinasi wisata Kota Banjarmasin menggunakan analisis metode matriks BCG (*Boston Consulting Group*) dapat diketahui bahwa permintaan pasar wisata yang tinggi namun penawaran produk wisata masih rendah. Dalam matriks BCG fenomena tersebut masuk ke kategori kuadran *Cash Cows*.

4. Pada tiap aspek destinasi yang menjadi poin dari pengembangan kepariwisataan Kota Banjarmasin terdapat variabel yang harus diperhatikan dan dikembangkan lebih lanjut, yaitu:

- *something to buy*.
- sarana rumah makan/restoran
- pusat informasi wisata
- pusat/toko cinderamata
- pos keamanan dan kesehatan.
- penanda jalan



- akses menuju obyek daya tarik
- ketersediaan moda
- waktu tempuh
- Prasarana telekomunikasi.
- Peranan masyarakat
- Partisipasi masyarakat
- dampak yang diterima masyarakat

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dicantumkan dalam pembahasan serta kesimpulan yang sudah dikemukakan, maka saran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Pengembangan pariwisata di Kota Banjarmasin dengan memperhatikan hasil dari analisis matriks BCG dapat dilakukan sebagai berikut:
 - Mengembangkan industri rumah tangga atau industri lokal sebagai pemasok barang-barang yang dibutuhkan dan terjangkau oleh wisatawan, seperti cinderamata atau makanan.
 - Membangun fasilitas-fasilitas pariwisata yang merata di tiap kawasan sehingga ruang lingkupnya mampu melayani seluruh obyek-obyek daya tarik wisata yang tersebar.
 - Mengembangkan sarana angkutan sungai yang mempunyai penanda jalan, rute dan jadwal keberangkatan yang terorganisir sebagai aksesibilitas alternatif wisatawan.
 - Meningkatkan jaringan telekomunikasi di kawasan obyek-obyek daya tarik wisata dan menyediakan fasilitas pendukung seperti telepon umum atau *free wi-fi public*.
 - Mengembangkan pariwisata di Kota Banjarmasin dengan strategi berbasis pemberdayaan masyarakat.
2. Dapat dilakukannya penelitian lanjutan yang mengkaji lebih khusus dan detail mengenai masing-masing aspek destinasi terhadap pengembangan kepariwisataan di Kota Banjarmasin. Hal ini membantu pihak pengembang dalam menentukan kebijakan-kebijakan dan strategi yang lebih tepat sasaran dan optimal dalam upaya pengembangan pariwisata.
3. Perlunya penelitian lebih lanjut mengenai aspek destinasi melalui persepsi *stakeholders* untuk mengetahui kondisi internal, sumber daya, dan potensi yang dimiliki destinasi dalam upaya pengembangannya secara maksimal.

[illegible]

“Halaman ini sengaja dikosongkan”

DAFTAR PUSTAKA

- Andayani, S. (2012). Pengembangan Kawasan Wisata Balekambang Kabupaten Malang. *Jurnal Rekayasa Sipil*, 2 (6):168-178
- Arjana, I G. B. (2016). *Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Badan Pusat Statistik. (2017). *Kota Banjarmasin Dalam Angka*. Banjarmasin: BPS.
- Badan Pusat Statistik. (2016). *Statistik Daerah Kota Banjarmasin*. Banjarmasin: BPS.
- Gunn, Clare A. (2002). *Tourism Planning: Basics, Concepts, Case. Fourth Edition*. New York: Routledge.
- Inskeep, E. (1991). *Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Khomenie, A. & Ema Umilia. (2013). Arahan Pengembangan Kawasan Wisata Terpadu Kenjeran Surabaya. *Jurnal Teknik Pomits*, 1 (2):87-91
- Krisnawati, L. & Rimadewi Suprihardjo. (2014). Arahan Pengembangan Kawasan Cagar Budaya Singosari Malang sebagai *Heritage Tourism*. *Jurnal Teknik Pomits*, 2 (3):154-159.
- Mukhtar. (2013). *Metode Praktis Penelitian Deskriptif Kualitatif*. Jakarta: Referensi.
- Nursingih, H. (2001). Kajian Komponen Penawaran Dan Permintaan Wisata Sebagai Penunjang Kepariwisata Budaya Kota Cirebon. *Tesis*. Tidak dipublikasikan. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Pitana, I G. & I K.S. Diarta. (2009). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Popescu, R. I. & R. A. Corbos. (2010). The Role Of Urban Tourism In The Strategic Development Of Brasov Area. *Theoretical and Empirical Researches in Urban Management*, 7 (16):69-85.
- Razak, A. dan Rimadewi Suprihardjo. (2013). Pengembangan Kawasan Pariwisata Terpadu di Kepulauan Seribu. *Jurnal Teknik Pomits*, 1 (2):14-19.
- Rudita, I K.P., Santun, R.P.S. & Setia Hadi. (2012). Potensi Obyek Wisata dan Keterpaduannya Dalam Pengembangan Kawasan Agropolitan Payangan, Kabupaten Gianyar, Provinsi Bali. *Jurnal Lanskap Indonesia*, 1 (4):37-42.

Satryanto, R. & Adjie Pamungkas. (2015). Analisa Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengembangan Kawasan Wisata Bahari Lhok Geulumpang, Aceh Jaya. *Jurnal Teknik ITS*. 1 (4):6-10.

Sedarmayanti. (2014). *Membangun & Mengembangkan Kebudayaan & Industri Pariwisata*. Bandung: Refika Aditama.

Spillane, J. J. (1987). *Ekonomi Pariwisata Sejarah Dan Prospeknya*. Yogyakarta: Kanisius.

Sunaryo, B. (2013). *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Yogyakarta: Penerbit Gava Media.

Suprpto, A. (2005). Analisis Penawaran dan Permintaan Wisata Dalam Pengembangan Potensi Pariwisata Di Keraton Surakarta Hadiningrat. *Tesis*. Tidak dipublikasikan. Semarang: Universitas Diponegoro.

Tiara, T. P. (2013). Analisis Potensi Pariwisata Di Pulau Karimun Provinsi Kepulauan Riau. Makalah dalam *Seminar Nasional Pendayagunaan Informasi Geospasial Untuk Optimalisasi Otonomi Daerah*. Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung.

Tondobala, L. (2012). Kelayakan Pusat Kota Manado Sebagai Destinasi Pariwisata. *Media Matrasain*. 3 (9):82-103.

Wahab, S. (1975). *Tourism Management*. London: Tourism International Press.

WTO. (2004). *Cultural Tourism and Poverty Alleviation: The Asia Pacific Perspective*. Madrid: World Tourism Organization.

Yoeti, Oka A. (1996). *Pemasaran Pariwisata*. Bandung: Angkasa.

Yuliasri, A. (2005). Prioritas Pengembangan Obyek-Obyek Wisata Air Di Kawasan Rawa Pening Kabupaten Semarang. *Skripsi*. Tidak dipublikasikan. Semarang: Universitas Diponegoro.

_____. Peraturan Daerah Kota Banjarmasin No. 5 Tahun 2013 Tentang Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) Kota Banjarmasin Tahun 2013-2032.

_____. Undang-undang No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata



LAMPIRAN



KUISIONER WISATAWAN (BCG)

Judul Penelitian : Aspek-aspek pengembangan destinasi wisata Kota Banjarmasin
 Kuisisioner ini dimaksudkan untuk mengetahui pendapat anda sebagai wisatawan mengenai permintaan dan penawaran wisata di kota Banjarmasin berdasarkan 5 (lima) aspek yang sudah ditentukan yaitu daya tarik, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, fasilitas umum, dan masyarakat. Atas ketersediaan waktu dan kerjasamanya, kami ucapkan terima kasih.

Lokasi pengambilan sampel: _____

Nama : _____

Usia : _____ tahun

**Pilihlah salah satu jawaban YA atau TIDAK di bawah ini menggunakan tanda (N)*

***Tuliskan alasan anda apabila ada pada kolom keterangan secara singkat dan jelas*

A. DAYA TARIK

PERMINTAAN

No.	Aspek	YA	TIDAK	Keterangan
1.	Perlunya daya tarik khusus seperti pemandangan atau atraksi yang dapat dilihat atau disaksikan untuk dinikmati sebagai hiburan			
2.	Perlu adanya beberapa fasilitas rekreasi atau wahana untuk beraktivitas			
3.	Perlu tersedianya barang-barang untuk souvenir sebagai oleh-oleh atau jasa yang dapat dibeli			

PENAWARAN

No.	Aspek	YA	TIDAK	Keterangan
1.	Adanya daya tarik khusus yang dapat dilihat atau disaksikan untuk dinikmati sebagai hiburan			
2.	Adanya beberapa fasilitas rekreasi atau wahana untuk beraktivitas			
3.	Tersedianya barang-barang untuk souvenir sebagai oleh-oleh atau jasa yang dapat dibeli			



B. FASILITAS PARIWISATA

PERMINTAAN				
No.	Aspek	YA	TIDAK	Keterangan
4.	Perlunya ketersediaan sarana akomodasi seperti hotel atau penginapan			
5.	Perlu adanya sarana rumah makan atau restoran			
6.	Perlu adanya tempat pusat informasi wisata yang memiliki informasi lengkap seputar lokasi dan daerah wisata			
7.	Perlu adanya pusat atau toko cinderamata untuk membeli cinderamata yang dijadikan sebagai oleh-oleh			
8.	Perlunya ketersediaan pos keamanan dan kesehatan sebagai penunjang kegiatan wisata			
9.	Perlu tersedianya biro perjalanan wisata yang melayani atau memfasilitasi kegiatan pariwisata			
PENAWARAN				
No.	Aspek	YA	TIDAK	Keterangan
4.	Tersedia sarana akomodasi yang berjumlah banyak dengan fasilitas dan pelayanan yang memuaskan			
5.	Adanya sarana rumah makan atau restoran			
6.	Adanya tempat pusat informasi wisata yang memiliki informasi lengkap seputar lokasi dan daerah wisata			
7.	Adanya pusat atau toko cinderamata untuk membeli cinderamata yang dijadikan sebagai oleh-oleh			
8.	Tersedianya pos keamanan dan kesehatan sebagai penunjang kegiatan wisata			
9.	Tersedianya biro perjalanan wisata yang melayani atau memfasilitasi kegiatan pariwisata			



114

C. AKSESIBILITAS**PERMINTAAN**

No.	Aspek	YA	TIDAK	Keterangan
10.	Perlunya penanda jalan sebagai petunjuk arah menuju obyek daya tarik wisata			
11.	Perlunya akses yang mudah untuk menuju obyek daya tarik wisata			
12.	Perlunya ketersediaan variasi moda transportasi atau kendaraan menuju obyek daya tarik wisata			
13.	Perlu adanya peningkatan waktu tempuh menuju destinasi atau obyek daya tarik wisata lebih cepat			
14.	Perlunya kebijakan untuk biaya perjalanan yang lebih terjangkau			
15.	Perlu adanya peningkatan jumlah dan frekuensi kendaraan menuju destinasi atau obyek daya tarik wisata			

PENAWARAN

No.	Aspek	YA	TIDAK	Keterangan
10.	Adanya penanda jalan yang jelas sebagai petunjuk arah menuju obyek daya tarik wisata			
11.	Adanya akses yang mudah untuk menuju obyek daya tarik wisata			
12.	Ketersediaan variasi moda transportasi atau kendaraan menuju obyek daya tarik wisata			
13.	Waktu yang dibutuhkan menuju destinasi atau obyek daya tarik wisata relatif cepat			
14.	Biaya perjalanan menuju destinasi atau obyek daya tarik wisata terjangkau			
15.	Seringnya kendaraan yang menuju destinasi atau obyek daya tarik wisata			



D. FASILITAS UMUM

PERMINTAAN				
No.	Aspek	YA	TIDAK	Keterangan
16.	Perlunya prasarana jalan dengan kondisi yang baik			
17.	Perlunya ketersediaan air bersih di destinasi atau obyek daya tarik wisata			
18.	Perlunya ketersediaan listrik pada destinasi atau obyek daya tarik wisata			
19.	Perlunya ketersediaan telekomunikasi di destinasi atau obyek daya tarik wisata			
20.	Perlunya ketersediaan prasarana sampah dan sanitasi di destinasi atau obyek daya tarik wisata			
PENAWARAN				
No.	Aspek	YA	TIDAK	Keterangan
16.	Tersedianya prasarana jalan dengan kondisi yang baik			
17.	Ketersediaan air bersih di destinasi atau obyek daya tarik wisata yang mencukupi			
18.	Ketersediaan listrik pada destinasi atau obyek daya tarik wisata yang mencukupi			
19.	Ketersediaan telekomunikasi di destinasi atau obyek daya tarik wisata yang berfungsi dengan baik			
20.	Ketersediaan prasarana sampah dan sanitasi di destinasi atau obyek daya tarik wisata yang mencukupi			

E. MASYARAKAT**PERMINTAAN**

No.	Aspek	YA	TIDAK	Keterangan
21.	Perlunya bantuan dari masyarakat untuk menjaga dan memelihara obyek daya tarik wisata			
22.	Perlu adanya kegiatan wisata yang melibatkan masyarakat sekitar obyek daya tarik wisata			
23.	Perlunya penerimaan masyarakat yang lebih baik kepada para wisatawan			

PENAWARAN

No.	Aspek	YA	TIDAK	Keterangan
21.	Adanya bantuan masyarakat dalam menjaga dan memelihara obyek daya tarik wisata			
22.	Adanya kegiatan-kegiatan wisata yang diadakan atau melibatkan masyarakat sekitar			
23.	Bentuk penerimaan masyarakat yang sudah baik dan terbuka untuk wisatawan			



Rekapitulasi kuisioner BCG

No.	Aspek	Permintaan		Penawaran	
		TIDAK	IYA	TIDAK	IYA
1	daya tarik				
1	<i>Something to see</i>	38	62	46	54
2	<i>Something to do</i>	29	71	35	65
3	<i>Something to buy</i>	46	54	55	45
2	fasilitas wisata				
4	Akomodasi	59	41	71	29
5	Rumah makan/restoran	41	59	54	46
6	Pusat informasi wisata	37	63	62	38
7	Pusat/toko cinderamata	44	56	57	43
8	Pos keamanan & kesehatan	37	63	59	41
9	Biro perjalanan wisata	53	47	69	31
3	aksesibilitas				
10	Adanya penanda jalan	45	55	59	41
11	Akses menuju ODTW	44	56	54	46
12	Ketersediaan moda	42	58	58	42
13	Waktu yang ditempuh	43	57	52	48
14	Biaya perjalanan	58	42	52	48
15	Frekuensi kendaraan	51	49	60	40
4	fasilitas umum				
16	Jalan	33	67	37	63
17	Air bersih	24	76	44	56
18	Listrik	34	66	43	57
19	Telekomunikasi	36	64	54	46
20	Tempat sampah & sanitasi	15	85	44	56
5	masyarakat				
21	Peran	41	59	62	38
22	Partisipasi	45	55	62	38
23	Dampak	41	59	54	46

[illegible]



Rekapitulasi kuisioner BCG per obyek daya tarik wisata

A. Pasar terapan

No.	Aspek	Permintaan		Penawaran	
		TIDAK	IYA	TIDAK	IYA
1	daya tarik				
1	<i>Something to see</i>	2	8	1	9
2	<i>Something to do</i>	1	9	3	7
3	<i>Something to buy</i>	0	10	0	10
2	fasilitas wisata				
4	Akomodasi	4	6	6	4
5	Rumah makan/restoran	5	5	5	5
6	Pusat informasi wisata	4	6	3	7
7	Pusat/toko cinderamata	4	6	2	8
8	Pos keamanan & kesehatan	5	5	5	5
9	Biro perjalanan wisata	5	5	7	3
3	Aksesibilitas				
10	Adanya penanda jalan	2	8	4	6
11	Akses menuju ODTW	3	7	3	7
12	Ketersediaan moda	2	8	2	8
13	Waktu yang ditempuh	2	8	4	6
14	Biaya perjalanan	6	4	5	5
15	Frekuensi kendaraan	5	5	2	8
4	fasilitas umum				
16	Jalan	1	9	3	7
17	Air bersih	3	7	3	7
18	Listrik	5	5	4	6
19	Telekomunikasi	5	5	3	7
20	Tempat sampah & sanitasi	2	8	4	6
5	Masyarakat				
21	Peran	3	7	2	8
22	Partisipasi	2	8	2	8
23	Dampak	3	7	4	6

B. Makam Sultan Suriansyah

No.	Aspek	Permintaan		Penawaran	
		TIDAK	IYA	TIDAK	IYA
1	daya tarik				
1	<i>Something to see</i>	6	4	6	4
2	<i>Something to do</i>	5	5	5	5
3	<i>Something to buy</i>	6	4	8	2
2	fasilitas wisata				
4	Akomodasi	5	5	7	3
5	Rumah makan/restoran	5	5	6	4
6	Pusat informasi wisata	4	6	5	5
7	Pusat/toko cinderamata	6	4	6	4
8	Pos keamanan & kesehatan	4	6	5	5
9	Biro perjalanan wisata	4	6	5	5
3	Aksesibilitas				
10	Adanya penanda jalan	5	5	4	6
11	Akses menuju ODTW	6	4	6	4
12	Ketersediaan moda	4	6	6	4
13	Waktu yang ditempuh	4	6	3	7
14	Biaya perjalanan	6	4	5	5
15	Frekuensi kendaraan	5	5	4	6
4	fasilitas umum				
16	Jalan	5	5	4	6
17	Air bersih	4	6	5	5
18	Listrik	4	6	5	5
19	Telekomunikasi	3	7	4	6
20	Tempat sampah & sanitasi	5	5	8	2
5	Masyarakat				
21	Peran	4	6	6	4
22	Partisipasi	7	3	6	4
23	Dampak	6	4	3	8



C. Masjid Sultan Suriansyah

No.	Aspek	Permintaan		Penawaran	
		TIDAK	IYA	TIDAK	IYA
1	daya tarik				
1	<i>Something to see</i>	5	5	4	6
2	<i>Something to do</i>	1	9	2	8
3	<i>Something to buy</i>	7	3	7	3
2	fasilitas wisata				
4	Akomodasi	9	1	9	1
5	Rumah makan/restoran	5	5	7	3
6	Pusat informasi wisata	2	8	7	3
7	Pusat/toko cinderamata	6	4	6	4
8	Pos keamanan & kesehatan	6	4	4	6
9	Biro perjalanan wisata	4	6	6	4
3	Aksesibilitas				
10	Adanya penanda jalan	5	5	4	6
11	Akses menuju ODTW	5	5	4	6
12	Ketersediaan moda	4	6	6	4
13	Waktu yang ditempuh	3	7	5	5
14	Biaya perjalanan	6	4	4	6
15	Frekuensi kendaraan	3	7	4	6
4	fasilitas umum				
16	Jalan	2	8	2	8
17	Air bersih	2	8	4	6
18	Listrik	2	8	4	6
19	Telekomunikasi	5	5	3	7
20	Tempat sampah & sanitasi	1	9	3	7
5	Masyarakat				
21	Peran	2	8	1	9
22	Partisipasi	4	6	4	6
23	Dampak	1	9	5	5



D. Museum Wasaka

No.	Aspek	Permintaan		Penawaran	
		TIDAK	IYA	TIDAK	IYA
1	daya tarik				
1	<i>Something to see</i>	2	8	5	5
2	<i>Something to do</i>	1	9	4	6
3	<i>Something to buy</i>	6	4	9	1
2	fasilitas wisata				
4	Akomodasi	7	3	8	2
5	Rumah makan/restoran	4	6	8	2
6	Pusat informasi wisata	2	8	7	3
7	Pusat/toko cinderamata	5	5	8	2
8	Pos keamanan & kesehatan	2	8	6	4
9	Biro perjalanan wisata	6	4	10	0
3	Aksesibilitas				
10	Adanya penanda jalan	4	6	7	3
11	Akses menuju ODTW	2	8	3	7
12	Ketersediaan moda	4	6	6	4
13	Waktu yang ditempuh	2	8	5	5
14	Biaya perjalanan	3	7	2	8
15	Frekuensi kendaraan	4	6	9	1
4	fasilitas umum				
16	Jalan	4	6	5	5
17	Air bersih	3	7	6	4
18	Listrik	2	8	6	4
19	Telekomunikasi	3	7	9	1
20	Tempat sampah & sanitasi	1	9	6	4
5	Masyarakat				
21	Peran	3	7	9	1
22	Partisipasi	4	6	8	2
23	Dampak	4	6	7	3



E. Kawasan Wisata Kuliner

No.	Aspek	Permintaan		Penawaran	
		TIDAK	IYA	TIDAK	IYA
1	daya tarik				
1	<i>Something to see</i>	4	6	6	4
2	<i>Something to do</i>	4	6	4	6
3	<i>Something to buy</i>	3	7	6	4
2	fasilitas wisata				
4	Akomodasi	7	3	9	1
5	Rumah makan/restoran	4	6	3	7
6	Pusat informasi wisata	5	5	8	2
7	Pusat/toko cinderamata	4	6	7	3
8	Pos keamanan & kesehatan	7	3	9	1
9	Biro perjalanan wisata	9	1	8	2
3	Aksesibilitas				
10	Adanya penanda jalan	7	3	7	3
11	Akses menuju ODTW	6	4	7	3
12	Ketersediaan moda	7	3	8	2
13	Waktu yang ditempuh	7	3	5	5
14	Biaya perjalanan	8	2	8	2
15	Frekuensi kendaraan	5	5	7	3
4	fasilitas umum				
16	Jalan	5	5	7	3
17	Air bersih	1	9	8	2
18	Listrik	3	7	6	4
19	Telekomunikasi	4	6	8	2
20	Tempat sampah & sanitasi	1	9	5	5
5	Masyarakat				
21	Peran	5	5	9	1
22	Partisipasi	6	4	8	2
23	Dampak	6	4	8	2

F. Taman Agro Wisata PKK

No.	Aspek	Permintaan		Penawaran	
		TIDAK	IYA	TIDAK	IYA
1	daya tarik				
1	<i>Something to see</i>	2	8	4	6
2	<i>Something to do</i>	6	4	4	6
3	<i>Something to buy</i>	7	3	6	4
2	fasilitas wisata				
4	Akomodasi	5	5	6	4
5	Rumah makan/restoran	5	5	4	6
6	Pusat informasi wisata	2	8	5	5
7	Pusat/toko cinderamata	3	7	5	5
8	Pos keamanan & kesehatan	4	6	4	6
9	Biro perjalanan wisata	5	5	6	4
3	Aksesibilitas				
10	Adanya penanda jalan	2	8	5	5
11	Akses menuju ODTW	3	7	4	6
12	Ketersediaan moda	4	6	5	5
13	Waktu yang ditempuh	5	5	5	5
14	Biaya perjalanan	6	4	4	6
15	Frekuensi kendaraan	4	6	6	4
4	fasilitas umum				
16	Jalan	3	7	3	7
17	Air bersih	4	6	4	6
18	Listrik	5	5	3	7
19	Telekomunikasi	4	6	2	8
20	Tempat sampah & sanitasi	2	8	3	7
5	Masyarakat				
21	Peran	3	7	5	5
22	Partisipasi	3	7	3	7
23	Dampak	3	7	4	6



G. Kampung Sasirangan

No.	Aspek	Permintaan		Penawaran	
		TIDAK	IYA	TIDAK	IYA
1	daya tarik				
1	<i>Something to see</i>	8	2	6	4
2	<i>Something to do</i>	1	9	2	8
3	<i>Something to buy</i>	3	7	4	6
2	fasilitas wisata				
4	Akomodasi	4	6	7	3
5	Rumah makan/restoran	3	7	7	3
6	Pusat informasi wisata	3	7	7	3
7	Pusat/toko cinderamata	2	8	3	7
8	Pos keamanan & kesehatan	1	9	5	5
9	Biro perjalanan wisata	2	8	4	6
3	Aksesibilitas				
10	Adanya penanda jalan	7	3	7	3
11	Akses menuju ODTW	6	4	7	3
12	Ketersediaan moda	3	7	6	4
13	Waktu yang ditempuh	4	6	7	3
14	Biaya perjalanan	1	9	4	6
15	Frekuensi kendaraan	6	4	4	6
4	fasilitas umum				
16	Jalan	2	8	3	7
17	Air bersih	0	10	3	7
18	Listrik	1	9	4	6
19	Telekomunikasi	1	9	6	4
20	Tempat sampah & sanitasi	1	9	6	4
5	Masyarakat				
21	Peran	4	6	7	3
22	Partisipasi	2	8	7	3
23	Dampak	0	10	4	6

H. Masjid Raya Sabilal Muhtadin

No.	Aspek	Permintaan		Penawaran	
		TIDAK	IYA	TIDAK	IYA
1	daya tarik				
1	<i>Something to see</i>	2	8	4	6
2	<i>Something to do</i>	4	6	2	8
3	<i>Something to buy</i>	8	2	6	4
2	fasilitas wisata				
4	Akomodasi	7	3	7	3
5	Rumah makan/restoran	7	3	6	4
6	Pusat informasi wisata	7	3	8	2
7	Pusat/toko cinderamata	8	2	8	2
8	Pos keamanan & kesehatan	4	6	8	2
9	Biro perjalanan wisata	8	2	9	1
3					
10	Adanya penanda jalan	4	6	5	5
11	Akses menuju ODTW	5	5	8	2
12	Ketersediaan moda	5	5	8	2
13	Waktu yang ditempuh	5	5	9	1
14	Biaya perjalanan	8	2	8	2
15	Frekuensi kendaraan	6	4	9	1
4	fasilitas umum				
16	Jalan	3	7	1	9
17	Air bersih	1	9	1	9
18	Listrik	3	7	2	8
19	Telekomunikasi	4	6	5	5
20	Tempat sampah & sanitasi	1	9	3	7
5	Masyarakat				
21	Peran	8	2	8	2
22	Partisipasi	6	4	8	2
23	Dampak	5	5	6	4



I. Duta Mall

No.	Aspek	Permintaan		Penawaran	
		TIDAK	IYA	TIDAK	IYA
1	daya tarik				
1	<i>Something to see</i>	4	6	6	4
2	<i>Something to do</i>	2	8	3	7
3	<i>Something to buy</i>	1	9	3	7
2	fasilitas wisata				
4	Akomodasi	4	6	4	6
5	Rumah makan/restoran	0	10	3	7
6	Pusat informasi wisata	6	4	5	5
7	Pusat/toko cinderamata	2	8	5	5
8	Pos keamanan & kesehatan	1	9	5	5
9	Biro perjalanan wisata	7	3	8	2
3	Aksesibilitas				
10	Adanya penanda jalan	5	5	10	0
11	Akses menuju ODTW	4	6	7	3
12	Ketersediaan moda	5	5	6	4
13	Waktu yang ditempuh	4	6	4	6
14	Biaya perjalanan	5	5	5	5
15	Frekuensi kendaraan	4	6	8	2
4	fasilitas umum				
16	Jalan	2	8	4	6
17	Air bersih	1	9	5	5
18	Listrik	3	7	4	6
19	Telekomunikasi	4	6	5	5
20	Tempat sampah & sanitasi	0	10	2	8
5	Masyarakat				
21	Peran	3	7	7	3
22	Partisipasi	6	4	6	4
23	Dampak	8	2	6	4

J. Siring Sungai Martapura

No.	Aspek	Permintaan		Penawaran	
		TIDAK	IYA	TIDAK	IYA
1	daya tarik				
1	<i>Something to see</i>	3	7	4	6
2	<i>Something to do</i>	4	6	6	4
3	<i>Something to buy</i>	5	5	6	4
2	fasilitas wisata				
4	Akomodasi	7	3	8	2
5	Rumah makan/restoran	3	7	6	4
6	Pusat informasi wisata	2	8	7	3
7	Pusat/toko cinderamata	4	6	7	3
8	Pos keamanan & kesehatan	3	7	8	2
9	Biro perjalanan wisata	3	7	6	4
3	Aksesibilitas				
10	Adanya penanda jalan	4	6	6	4
11	Akses menuju ODTW	4	6	5	5
12	Ketersediaan moda	4	6	5	5
13	Waktu yang ditempuh	7	3	5	5
14	Biaya perjalanan	9	1	6	4
15	Frekuensi kendaraan	9	1	7	3
4	fasilitas umum				
16	Jalan	6	4	5	5
17	Air bersih	5	5	5	5
18	Listrik	6	4	5	5
19	Telekomunikasi	3	7	9	1
20	Tempat sampah & sanitasi	1	9	4	6
5	Masyarakat				
21	Peran	6	4	8	2
22	Partisipasi	5	5	10	0
23	Dampak	5	5	7	3